Jean Meynaud

Directeur d'études
à l'École Pratique des Hautes Études
Professeur à l'Université de Lausanne

(1964)

LES CONSOMMATEURS ET LE POUVOIR

Un document produit en version numérique par Mme Marcelle Bergeron, bénévole
Professeure à la retraite de l'École Dominique-Racine de Chicoutimi, Québec

Courriel: <mailto:mabergeron@videotron.ca>

[Page web](#)

Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales"

Site web: <http://classiques.ugac.ca/>

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque
Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.ugac.ca/>

Politique d'utilisation de la bibliothèque des Classiques

Toute reproduction et rediffusion de nos fichiers est interdite, même avec la mention de leur provenance, sans l'autorisation formelle, écrite, du fondateur des Classiques des sciences sociales, Jean-Marie Tremblay, sociologue.

Les fichiers des Classiques des sciences sociales ne peuvent sans autorisation formelle:

- être hébergés (en fichier ou page web, en totalité ou en partie) sur un serveur autre que celui des Classiques.
- servir de base de travail à un autre fichier modifié ensuite par tout autre moyen (couleur, police, mise en page, extraits, support, etc...),

Les fichiers (.html, .doc, .pdf, .rtf, .jpg, .gif) disponibles sur le site Les Classiques des sciences sociales sont la propriété des **Classiques des sciences sociales**, un organisme à but non lucratif composé exclusivement de bénévoles.

Ils sont disponibles pour une utilisation intellectuelle et personnelle et, en aucun cas, commerciale. Toute utilisation à des fins commerciales des fichiers sur ce site est strictement interdite et toute rediffusion est également strictement interdite.

**L'accès à notre travail est libre et gratuit à tous les utilisateurs.
C'est notre mission.**

Jean-Marie Tremblay, sociologue
Fondateur et Président-directeur général,
[LES CLASSIQUES DES SCIENCES SOCIALES.](#)

Un document produit en version numérique par Mme Marcelle Bergeron, bénévole, professeure à la retraite de l'École Dominique-Racine de Chicoutimi, Québec.
Courriel : marcelle_bergeron@ugac.ca

Jean MEYNAUD

Les consommateurs et le pouvoir. Lausanne : Jean Meynaud, 1964, 623 pp. Collection : Études de science politique, n° 8.

[Autorisation formelle accordée par les ayant-droit de l'œuvre de Jean Meynaud, son épouse, Mme Meynaud-Zographos, Michel Meynaud (fils) et Hélène-Yvonne Meynaud (fille) le 19 octobre 2008 de diffuser toutes les œuvres de Jean Meynaud dans Les Classiques des sciences sociales.]

Courriels des ayant-droit :

Mme Meynaud-Zographos (épouse) : meynaud-zographos@orange.fr

Hélène-Yvonne Meynaud (fille) : helene-yvonne.meynaud@edf.fr

Polices de caractères utilisés : Calibri, 12 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2008 pour Macintosh.

Mise en page sur papier format : LETTRE (US letter), 8.5" x 11")

Édition complétée le 9 janvier 2011 à Chicoutimi, Ville de Saguenay, Québec.

Jean Meynaud
(1964)

Les consommateurs et le pouvoir. *Les consommateurs et le pouvoir.* Lausanne : Jean Meynaud, 1964, 623 pp. Collection : Études de science politique, n° 8.

[p. 2] *

DU MÊME AUTEUR

La science politique au XX^e siècle, 64 p., Lausanne, 1956, épuisé.

Aspectos Atuais da Emprêsa publica na França, 88 p., Rio de Janeiro, 1957.

Les groupes de pression en France (FNSP), 372 p., Paris, 1958, épuisé.

Introduction à la science politique (FNSP), 376 p., Paris, 1959, 2^e édit.

L'élaboration de la politique économique, 228 p., Aix-en-Provence, 1959.

La science politique : fondements et perspectives (ESP), 228 p., Lausanne, 1960, épuisé.

Technocratie et politique (ESP), 116 p., Lausanne, 1960, épuisé.

Les groupes de pression (QS), 128 p., Paris, 1960, 2^e éd.

Les groupes de pression internationaux (ESP), 560 p., Lausanne, 1961.

Destin des idéologies (ESP), 164 p., Lausanne, 1961.

La participation des Français à la politique (QS), en coll. avec A. LANCELOT, 124 p., Paris, 1961.

La médiation : tendances de la recherche et bibliographie (1945-1959), en coll. avec B. SCHRÖDER, 112 p., Amsterdam, 1961.

Acheter mieux. L'information objective du consommateur, 144 p., O.E.C.E., 1961.

Nouvelles études sur les groupes de pression en France (FNSP), 468 p., Paris, 1962.

Les savants dans la vie internationale (ESP), en coll. avec B. SCHÖDER, 220 p., Lausanne, 1962.

Les attitudes politiques (QS), en coll. avec A. LANCELOT, 128 p., Paris, 1962, 2^e édition.

L'action syndicale et la Communauté Économique Européenne, 70 p., Lausanne, 1962.

Planification et politique (ESP), 192 p., Lausanne, 1963.

Les organisations professionnelles en Suisse (Payot), avec le concours de A. KORFF, 344 p., Lausanne, 1963.

La révolte paysanne (Payot), 310 p., Paris, 1963.

I gruppi di pressione in Francia e Italia, en coll. avec C. RISÉ, 140 p., Naples, 1963.

Le syndicalisme africain (Payot), en coll. avec A. SALAH-BEY, 264 p., Paris, 1963.

Études politiques vaudoises (ESP), sous la direction de J. MEYNAUD, 320 p., Lausanne, 1963.

La technocratie : mythe ou réalité, (Payot), 300 p., Paris, 1964.

Rapport sur la classe dirigeante italienne (ESP), Lausanne, 1964.

ABRÉVIATIONS :

ESP Études de Science Politique, Mornex 6, Lausanne.

FNSP ... Cahiers de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Armand Colin, Paris,

QS « Que sais-je », Presses Universitaires de France, Paris.

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

[p. 619 à 623] *

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

TITRE PREMIER : MOBILES DE L'INTERVENTION

Chap. I^{er} : Situation générale des consommateurs

- I. Changements dans la structure de la consommation
- II. Permanence de l'unité de consommation
- III. Renouvellement des méthodes du commerce
- IV. Intervention de la réclame
- V. Expansion du crédit à la consommation

Chap. II : Formes de l'exploitation des consommateurs

- I. Dégradation de l'environnement
- II. Atteintes à la santé
- III. Exagération des prélèvements monétaires
- IV. Spéculation foncière
- V. Déformations publicitaires
- VI. Commercialisation des loisirs
- VII. Accaparement de la clientèle des jeunes

Chap. III : Facteurs de redressement

- I. Éducation des consommateurs
- II. Initiatives des producteurs
- III. Intervention de la puissance publique

Chap. IV : Dimensions de l'intérêt commun

- I. Les hommes en tant que consommateurs
- II. Les hommes en tant que producteurs
- III. Traits généraux de l'intérêt commun des consommateurs

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

TITRE II : TABLEAU DES GROUPEMENTS

Chap. V : Le mouvement coopératif

- I. Ampleur du mouvement
- II. Mouvement coopératif et défense des consommateurs
- III. Coopération et politique
- IV. Liaisons internationales
- V. Autres modes de réduction du profit commercial

Chap. VI Groupements à vocation générale

- I. Les premières tentatives
- II. Centres d'impulsion
 - 1. Syndicats ouvriers
 - 2. Groupements familiaux
 - 3. Associations féminines
- III. Typologie des groupes
 - 1. Unions de consommateurs
 - 2. Conseils de ménagères
 - 3. Organismes de regroupement et de contact
 - 4. Conseils fondés par les autorités publiques
 - 5. Liaisons internationales

Chap. VII : Groupements à vocation spécialisée

- I. Logement
- II. Santé
 - 1. L'action des pouvoirs publics
 - 2. Le rôle des groupements
 - 3. L'intervention de la Sécurité Sociale
- III. Transports
- IV. Culture et loisirs
- V. Valeur de la notion d'usager

Chap. VIII : Organismes au service des consommateurs

- I. Analyse de la consommation
- II. Étiquetage d'information
- III. Certification de qualité
- IV. Normalisation des produits
- V. Perfectionnement de l'économie ménagère
- VI. Contrôle de la publicité
- VII. Préservation du cadre d'existence

Chap. IX : Niveau et valeur de la propension au *groupement*

- I. La prise de conscience
- II. Facteurs d'orientation.
 - 1. Éléments d'inspiration
 - 2. Champ couvert
- III. Force du mouvement

TITRE III : DOMAINES D'ACTIVITÉ

Chap. X : L'action *sur le marché*

- I. Les interventions dans l'ordre des prix
 - 1. Réduction des prix
 - 2. Information sur les prix.
- II. L'information sur la qualité
 - 1. incertitudes de la notion de qualité
 - 2. Typologie des procédés d'information
 - Rôle de l'étiquette, 328. Labels et notices de qualité, 331. Essais comparatifs, 336. Perfectionnement de l'information, 341. Diffusion de l'information, 348.

Chap. XI Les pressions sur les autorités publiques

- I. Les interventions sur les centres publics de décision
- II. La représentation des consommateurs
 - 1. Expression des intérêts de la coopération
 - 2. Les consommateurs et l'administration consultative
 - 3. Les consommateurs au Conseil Économique
 - 4. Les consommateurs et les entreprises nationalisées
 - 5. Le Comité National de la Consommation

Chap. XII — Valeur de l'activité des groupements

- I. Esquisse d'un bilan
- II. Analyse de quelques essais de redressement
 - 1. Grande-Bretagne : le rapport Molony
 - 2. États-Unis : le message Kennedy
- III. Faiblesse de la participation des consommateurs
- IV. Formules d'engagement
- V. Limites à l'activité et à l'influence des groupes

TITRE IV : L'EUROPE DES CONSOMMATEURS

Chap. XIII : L'organisation des consommateurs dans le Marché Commun

- I. Composition du Comité de Contact
 - 1. Coopératives de consommation
 - 2. Organisations syndicales
 - 3. Union de consommateurs
 - 4. Groupements familiaux
 - 5. Structure du Comité de Contact
- II. Modes d'intervention du Comité,
 - 1. Types de démarches
 - 2. Rapports avec les organismes communautaires
 - 3. Situation présente du Comité

Chap. XIV : Les consommateurs et l'intégration européenne

- I. Portée générale du Traité de Rome pour les consommateurs
- II. Bilan global de l'expérience
- III. Examen de quelques problèmes spécifiques
 - 1. Législation des denrées alimentaires
 - 2. Réglementation des ententes
 - 3. Politique agricole commune
- IV. Perspectives

TITRE V : CONSOMMATION ET POLITIQUE

Chap. XV : Quelques propos sur l'opulence

- I. Développement de la production
- II. Pauvreté et inégalité dans les sociétés industrialisées
- III. Gaspillages et privations dans les sociétés riches
- IV. Aliénation des consommateurs dans les sociétés modernes

Chap. XVI : Exposé des projets de réforme

- I. L'économie collective
- II. La formule de l'économie distributive
- III. Fondements d'une intervention systématique
 - 1. Couverture des besoins insatisfaits
 - 2. Choix de priorités
 - Évolution spontanée de la demande finale, 525.
 - Évaluation raisonnée des besoins des consommateurs, 530.
 - Perspectives soviétiques, 533.
 - 3. Orientation de la consommation selon les priorités retenues

Modifications dans la structure des revenus, 538.
Infléchissement de certaines consommations, 540. Ré-orientation de la production, 542.

4. Du marché à la planification

IV. Esquisse d'un programme

Chap. XVII : Le citoyen de l'opulence

I. Consommation de masse et attitudes politiques

1. Abondance et caractère national
2. Abondance et élimination des conflits
3. Abondance et démocratie
4. Abondance et mutation des régimes européens
5. Abondance et régimes communistes

II. Consommation de masse et destin du capitalisme

1. Portée des transformations
2. Aliénation et conscience de classe

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

[p. 5]

*À Hélène Meynaud
en hommage bien mérité.*

[p. 6 sans texte]

[p. 7]

INTRODUCTION

[Retour à la table des matières](#)

CE LIVRE prend place dans l'ensemble des travaux qu'au cours des dernières années j'ai consacrés à l'analyse de la pression des groupes sur les autorités publiques. L'objet final de ces recherches, encore bien loin d'être achevées, est de déterminer la part respective des grandes forces économiques et sociales dans la conduite des affaires de la collectivité. Mais est-il légitime d'introduire les consommateurs, en tant que groupement organisé, dans cette constellation de forces ?

Comme le montre l'exemple des coopératives, certains milieux à revenus modestes ont eu rapidement une juste idée des avantages qu'apporte l'union des efforts au niveau de l'emploi du revenu. Cependant, mis à part le secteur de la coopération, les essais d'organisation tentés à diverses époques furent très vite voués à l'insuccès dans la plupart des pays et notamment en France. Au vu de ces échecs, on pouvait penser que les consommateurs forment un univers indisciplinable dont, en définitive, la protection repose sur la bonne volonté des pouvoirs publics et des producteurs.

Depuis une dizaine d'années pourtant, des changements notables sont intervenus par rapport à la situation ancienne. En France et ailleurs, de nouveaux groupements ont vu le jour, assez souvent avec l'appui moral et même le concours financier des autorités officielles ; des organismes anciens, notamment les associations familiales, accordent à ce secteur plus d'attention qu'autrefois. Aujourd'hui ces groupes réussissent à se fédérer dans le cadre européen et sur le plan international. Cette fois, la propension à l'action commune semble plus forte que lors des précédentes expériences : la protection des consommateurs est à l'ordre du jour des délibérations gouvernementales et la grande presse, attentive à suivre les mouvements d'opinion, marque quelque intérêt pour ce thème.

Il serait téméraire de faire dès maintenant un pronostic sur les chances finales d'expansion et de consolidation de cette tendance. Dans [p. 8] leur ensemble, les consommateurs n'ont pas encore conscience des avantages que pourrait leur valoir l'action collective. Mais, sans montrer un optimisme inconsidéré, on peut avancer

que certaines étapes, à vrai dire modestes, ont déjà été franchies en direction de cet objectif.

*
* * *

La notion de consommation, et partant celle de consommateur, suscite des controverses. On peut en effet distinguer deux séries de consommations qui correspondent à des niveaux différents de l'activité économique : les consommations qui sont directement appliquées à la satisfaction des besoins et qui sont dès lors qualifiées de directes ; les consommations indirectes qui correspondent à l'emploi de matières entrant dans les produits de consommation directe. Les uns estiment que la consommation englobe les deux séries d'actes, tandis que d'autres limitent cette notion à la première série. Selon cette seconde optique, il faut entendre par consommateur le consommateur final, c'est-à-dire celui qui utilise des biens et services pour satisfaire ses propres besoins et ceux des personnes à sa charge. Sans entrer ici dans la discussion, la conception restrictive me semble la plus satisfaisante. Mieux que l'interprétation extensive, elle met en évidence que la consommation représente l'accomplissement de tout le processus économique ou, si l'on préfère, lui donne sa finalité.

Quoi qu'il en soit de ce débat, si l'on raisonne en termes d'analyse politique — pression directe ou indirecte des consommateurs sur les autorités ou bien intervention spontanée de ces dernières en faveur des premiers, au besoin contre le vœu d'autres groupes — la définition étroite s'impose.

En effet, correctement assumée (grande industrie) ou laissant à désirer (démarches des agriculteurs isolés), la fonction d'achat des produits intermédiaires est un compartiment de la production. Quand elles traitent de questions se rattachant à ce niveau (ainsi surveillance du marché des engrais), les autorités rencontrent d'un côté comme de l'autre, les groupements ordinaires des producteurs qui s'intéressent habituellement à tous les aspects de l'activité de leurs membres. Il arrive certes que les titulaires de telles fonctions se réunissent en associations spécialisées (ainsi Compagnie des Chefs d'Approvisionnement et Acheteurs de France) : mais ce rassemblement trouve son mobile dans le souci de défendre une profession et non dans la volonté de sauvegarder les intérêts économiques des firmes, si ce n'est de manière indirecte par l'amélioration des capacités techniques de ceux qui se destinent ou se livrent à ce métier.

[p. 9] La consommation finale, par contre, pose à la puissance publique des problèmes de nature spécifique au sens où ils concernent l'emploi définitif, et non plus la production, des biens et des services. Entre ces deux séries de préoccupations, la différence est d'ordre qualitatif. L'une des ambitions essentielles des groupements de consommateurs est justement de conduire les autorités

toujours harcelées par les producteurs, à prendre davantage en considération le stade de l'utilisation du pouvoir d'achat.

Ne sous-estimons pas la gravité et la complexité des responsabilités ainsi attribuées à la puissance publique. En examinant la protection des consommateurs, beaucoup se limitent encore au domaine de l'alimentation. Or, dans les sociétés modernes, les dépenses de nourriture ne représentent plus qu'une fraction limitée du budget familial. Le bien-être du consommateur dépend donc des conditions d'acquisition des autres biens et services qui, désormais, absorbent plus de la moitié de son revenu. L'observation vaut pour le logement et les achats de biens durables mais elle concerne aussi les soins médicaux et les produits pharmaceutiques, l'enseignement et la culture, le tourisme et les vacances. Si l'on veut que la défense des consommateurs ait une pleine signification — ce qui revient à souhaiter que l'homme tire le meilleur parti des fruits de son travail — la vigilance des autorités doit s'exercer à l'égard de toutes les branches ou professions qui d'une manière ou d'une autre, contribuent à la satisfaction de besoins dont la multiplication et la diversification représentent l'un des traits caractéristiques des économies industrialisées.

À mesure que se poursuivait l'enquête dont ce livre est tiré, j'ai acquis la conviction que la seule manière de saisir correctement les problèmes de la consommation est de se placer dans la perspective du consommateur total. C'est ainsi que, pour avoir besoin d'autres services que l'homme bien portant, le malade ne cesse pas d'être un consommateur. Et, si l'acte médical a d'autres aspects, c'est aussi, en considérant le patient qui a recours au praticien, un service de consommation. De la même manière, en introduisant dans son budget-type un poste réservé aux loisirs et à la culture (décision prise en 1950) la Commission supérieure des conventions collectives a officiellement reconnu l'existence du consommateur culturel.

La protection des consommateurs englobe, dans cette conception extensive, la lutte contre la spéculation foncière, la préservation des paysages et des espaces verts, l'assainissement des cours d'eau, l'amélioration de la qualité de la télévision... À ce stade, la notion d'usager, en particulier dans l'ordre des services publics, complète utilement celle de consommateur. En somme il s'agit, en utilisant les tendances qui se manifestent déjà à cet égard, d'ajouter une dimension neuve aux activités et préoccupations des autorités publiques : la volonté d'accroître systématiquement les satisfactions que les hommes, dans leur ensemble, tirent de l'utilisation finale de ressources disponibles.

Observons que de nos jours les pouvoirs publics ne laissent pratiquement aucun des besoins humains hors de leur domaine d'intervention. Mais, en de nombreux cas, que cette situation résulte de la présence de soucis contradictoires (recettes fiscales et santé publique par exemple ; cas de l'alcool, du tabac...) ou d'insuffisances dans la coordination administrative, l'action des divers Départements ministériels au

profit des consommateurs manque des lignes directrices qui, conduisant à l'harmonisation des efforts, en augmenteraient l'efficacité. Faute de s'inspirer de critères communs, les démarches des différents centres gouvernementaux se dispersent et parfois se contredisent. L'un des soucis majeurs des associations de consommateurs devrait être de relever ces contradictions et d'engager le combat pour leur abolition. Mais une telle activité (lutte contre « l'inertie pachydermique des bureaux » selon une formule peu révérencieuse) est-elle concevable si l'on ne dispose pas d'une table des besoins assortie d'une échelle de priorités ?

*
* *

J'évoque ainsi le point qui, au bout de plusieurs années, de recherche théorique et pratique en cette matière, constitue ma principale préoccupation ; l'insuffisance d'une politique de la consommation qui, se bornant à des actions ou mesures spécialisées, manque à peu près totalement d'idées sur l'utilisation optimale des ressources collectives. Instruits par les terribles leçons des années 1930, nos gouvernants font profession d'assumer la direction centrale de l'économie, l'objectif déclaré étant de garantir l'expansion en limitant l'inflation qui en résulte. La planification rencontre de ce fait une telle audience que les partis conservateurs eux-mêmes (voir, entre tant d'autres, le cas de la Grande-Bretagne) acceptent quelques applications de la formule dont les patrons, il est vrai, ont appris à tirer plus d'avantages que les travailleurs. Or, toute cette intervention comporte une faiblesse fondamentale : l'abandon à des forces privées du choix et, plus encore, de la formation des besoins dont la structure commande l'affectation des moyens de production existants.

Si l'on met à part les besoins dont la collectivité assure elle-même, en tout ou partie, la satisfaction (équipement scolaire, sportif, culturel, sanitaire...), les autorités économiques acceptent comme base des programmes [p. 11] mes d'investissement la hiérarchie des besoins telle qu'elle résulte, au moment considéré, des préférences, actuelles ou prévisibles, des consommateurs, c'est-à-dire, pour reprendre l'expression des économistes, de la « demande solvable ». Centrées sur le calcul des moyens, nos politiques économiques — réserve faite du timide virage amorcé par le IV^e Plan en faveur des satisfactions collectives — se soucient beaucoup moins des fins de l'activité économique.

Pendant longtemps, on a soutenu que, le consommateur étant le meilleur juge de ses besoins, les indications tirées de l'évolution de la demande constituent le critère le plus sûr pour la répartition des facteurs de la production entre les divers emplois possibles. Cette conception, jointe à la volonté de limiter au minimum les services financés par le prélèvement fiscal, revient simplement à tenir pour optimale

la projection dans le secteur de la consommation d'une distribution inégalitaire des revenus. En dehors de sa totale indifférence aux injustices sociales, cette thèse comporte une erreur grave : l'idée que la consommation détermine la production ou, en d'autres termes, que les producteurs établissent leurs programmes en fonction des besoins tels qu'ils se manifestent spontanément sur le marché. Nous savons aujourd'hui qu'en réalité, dans les sociétés riches, une large partie des besoins est suscitée, disons même créée, par les producteurs dont la préoccupation constante est d'orienter la demande en un sens qui garantisse l'utilisation des équipements disponibles. On a beaucoup loué J.K. Galbraith d'avoir souligné ce point capital mais, bien avant lui, Charles Gide avait averti les hommes que tout l'art de l'industrie est de faire naître les besoins.

Nos sociétés bénéficient aujourd'hui d'un très modeste début d'enrichissement qui laisse subsister d'immenses misères. Périodiquement les dirigeants politiques affirment que, sur leur lancée actuelle, des pays comme la France atteindront d'ici quinze à vingt ans, le niveau de vie actuel des États-Unis. Ces derniers nous offrent justement le cas d'une société qui utilise l'argent comme principal critère pour la hiérarchisation des besoins. Dans l'ensemble, les résultats de ce système n'incitent pas, c'est le moins que l'on puisse écrire, à le prendre comme un idéal. Or, que l'on en soit ou non conscient, avec ou sans *partnership* atlantique, les pays d'Europe Occidentale, à des nuances près, empruntent les chemins qui conduisent directement à une telle situation.

*
* *

[p. 12] La majeure partie de cet ouvrage sera consacrée à l'analyse des efforts entrepris pour assurer la protection des consommateurs sans modifier substantiellement le fonctionnement du système économique ou, si l'on préfère, en acceptant la répartition du revenu national qui en découle. Les résultats que l'on peut obtenir à ce titre ne sont certes pas négligeables. Cependant j'ai la certitude que ces efforts n'apportent pas et ne peuvent pas apporter de solution aux déséquilibres et contradictions que suscite nécessairement, en termes de consommation, l'expansion du progrès technique dans une société régie par les impératifs de la rentabilité privée. Bien au contraire les impératifs de ce système (par exemple développement croissant de la réclame) risquent d'être invoqués pour justifier le rejet ou l'adoucissement de mesures que commanderait l'intérêt des consommateurs. C'est pourquoi je consacrerai un chapitre final à l'étude des réformes susceptibles de garantir que l'abondance, si elle doit se réaliser un jour, profite de manière plus égale aux hommes sans en faire les esclaves d'une production mécanisée, et demain automatisée, dont l'écoulement primerait sur

toute autre considération. Est-il besoin d'écrire qu'un tel objectif ne saurait être atteint sans un combat politique ?

À de nombreux égards, ce livre doit beaucoup plus à une enquête effectuée en plusieurs pays auprès des groupements de consommateurs qu'à des recherches de bibliothèque. Ce secteur évoluant désormais assez vite, je préviens le lecteur que la mise à jour du manuscrit a été irrévocablement arrêtée à la fin du mois de février 1964.

Il m'est impossible de remercier toutes les personnes qui m'ont apporté leur concours et fourni des matériaux durant les cinq années au cours desquelles fut rassemblée la documentation servant de base à cet ouvrage. Sans pour autant marquer de l'ingratitude à l'égard des autres, je tiens à reconnaître la dette que j'ai contractée vis-à-vis de quelques unes : F. Custot, Directeur du Laboratoire Coopératif de Recherches et d'Analyses ; J. Gilles, Secrétaire Général de la Ligue des Familles Nombreuses de Belgique ; J.-R. Rabier, Directeur du Service Commun de Presse et d'Information des Communautés Européennes ; A. Romieu, Président de l'Union Fédérale de la Consommation. Sans leur appui, il m'eût été bien plus difficile et peut-être impossible de rassembler l'information nécessaire.

Lausanne, septembre 1963 — février 1964.

[p. 13]

TITRE PREMIER *

mobiles de l'intervention

[Retour à la table des matières](#)

JE DOIS tout d'abord examiner les traits des sociétés capitalistes qui expliquent ou légitiment l'accomplissement par les consommateurs de démarches collectives auprès des autorités publiques. C'est en somme la recherche, pour le secteur de la consommation, de l'intérêt commun qui suscite l'activité des groupes de pression et en détermine l'orientation. Laissant de côté les cas de pénurie ou de disette qui s'accompagnent d'un rationnement physique, je me bornerai à étudier les situations, habituelles d'ailleurs, dans lesquelles la faculté d'achat n'est limitée que par l'ampleur des disponibilités monétaires de chacun.

La nécessité d'une action collective, qu'ignorent ou sous-estiment la plupart des consommateurs, ne fait pas l'objet d'une reconnaissance unanime dans les autres milieux. Ainsi les services compétents de l'administration publique ont-ils parfois tendance à considérer que, les consommateurs représentant non une catégorie spécialisée mais l'ensemble de la collectivité, la mission d'assurer leur défense relève des autorités officielles qui seraient les seules à disposer des ressources indispensables à cet effet. Quant aux producteurs, ils estiment en général que, dans un régime fondé sur la concurrence, le souci de conserver et d'étendre la clientèle suffit à empêcher l'exploitation de celle-ci et à lui valoir toute la protection désirable. Inutile ou sans grande utilité, l'intervention des groupements de consommateurs pourrait comporter des risques en faisant peser sur les entreprises de nouvelles surveillances vexatoires et mal fondées.

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

Un point complique la discussion de ces thèses : l'insuffisance de nos connaissances dans l'ordre de la consommation. Pendant longtemps les [p. 14] économistes se sont peu intéressés au consommateur, les théories relatives à la valeur mettant en vedette un consommateur idéal qui procède par estimations rationnelles et négligeant le consommateur en chair et en os qui effectue ses achats quotidiens. Depuis une trentaine d'années, cette relative indifférence que jadis Charles Gide essaya de briser a pris fin. Cependant, malgré des efforts nombreux et importants pour combler ce retard, de sérieuses lacunes subsistent et de vastes zones d'incertitude demeurent.

Ainsi que l'a montré un rapport récemment présenté au nom du Conseil Économique et Social¹, ces imperfections portent en premier lieu sur la connaissance statistique des phénomènes de consommation : si les évaluations par produit ont beaucoup progressé au cours des dernières années, les estimations relatives aux services ne comportent pas le même degré de précision ; mais ces défauts concernent aussi l'étude des conduites des consommateurs. Ce thème a fait l'objet de nombreuses enquêtes, plus à l'étranger qu'en France d'ailleurs : pourtant, bien des points nous échappent encore, notamment au titre des réactions des acheteurs devant les prix demandés par les commerçants².

Il y a plus. Comme Bertrand de Jouvenel vient de le montrer en une brillante étude³, on commet de sérieuses erreurs en admettant l'équivalence pour les individus entre les notions de niveau de vie et de volume de la consommation privée. Bien des satisfactions en effet ne trouvent pas leur origine dans des dépenses monétaires directes des consommateurs (un bon exemple de ces discordances étant la réception sans bourse délier des programmes de radio ou de télévision qui émanent des stations commerciales). De manière plus générale, songeons aux services procurés par les autorités (en particulier dans l'ordre de la santé ou de l'éducation) ainsi qu'aux services proprement gratuits au sens où ceux qui les fournissent n'en tirent aucune rémunération (notamment services rendus dans le cadre du foyer). À l'inverse, les consommateurs subissent des ennuis et des désagréments dont aucune comptabilité nationale ne rend compte (le bruit et la

¹ Rapport de LAGUIONIE (P.), *Étude des statistiques de la consommation*, (mai 1963).

² On aura une bonne idée des recherches effectuées à ce titre en consultant : CLARK (L.H.) (ed.), *Consumer behavior, Research on consumer reactions*, New York 1958, pp. 93-219, ainsi que TIBALDI (G.C.), *Lo studio del consumatore*, Istituto Editoriale Cisalpino (1960). Voir aussi la suggestive enquête de MILLAR (R.), *The affluent sheep : Profile of the British consumer*, Londres, 1963.

³ « Niveau de vie et volume de consommation », *Bulletin Sedeis*, n° 874, supplément I, 10 janvier 1964. Autre source d'erreur (spécialement quand on se livre à des rapprochements internationaux) : l'imperfection des comparaisons partant des niveaux de prix nationaux. Voir sur ce difficile problème l'utile mise au point de F. HETMAN, « Les comparaisons internationales des niveaux de prix à la consommation », même bulletin, n° 875, supplément 20 janvier 1964.

pollution atmosphérique figurant parmi les « coûts externes » pour utiliser l'expression de Jouvenel).

Ces observations légitiment le recours à la notion de consommateur total qui sert de fondement à cet ouvrage. Mais, au stade actuel de nos connaissances et de nos méthodes d'investigation, cette notion ne peut être saisie qu'imparfaitement et partiellement. Il y a là pour la sociologie un immense domaine manifestement à peine exploré.

Tout en incitant à quelque modération dans le jugement, ces remarques ne doivent pas conduire à passer sous silence les facteurs qui, en l'état des notions acquises, semblent affecter de manière défavorable la position des consommateurs isolés dans les économies modernes. En plusieurs cas, les dangers qui menacent ceux-ci sont tellement clairs qu'on peut démontrer leur existence sans avoir recours à un appareil de chiffres. Il n'est pas très difficile d'établir que l'intérêt des producteurs constitue le principe moteur de direction de l'activité économique ainsi que, sinon toujours du moins fréquemment, de la politique économique : d'où l'objectif final de ce titre qui est de mettre en lumière la réalité, la nature et les dimensions d'un intérêt commun des consommateurs.

Ce livre, comme son titre l'indique, tendant à élucider des rapports d'ordre socio-politique, les phénomènes proprement techniques ou économiques n'y donneront lieu qu'à de brefs rappels. Ce titre, malgré sa longueur relative, représente donc un simple aide-mémoire dont l'ambition est de rapprocher des éléments que séparent généralement les présentations courantes. Afin d'éviter l'objection habituelle que les risques affectant les consommateurs correspondent à des pratiques révolues, je choisirai systématiquement mes exemples dans l'actualité la plus récente.

[p. 16]

CHAPITRE PREMIER

SITUATION GÉNÉRALE DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

LA SITUATION actuelle des consommateurs dépend étroitement du développement économique et de l'expansion sans cesse croissante, de la production par grandes quantités (*mass production*) qui en est l'un des principaux aspects. Cette évolution, qui s'est effectuée de manière plutôt chaotique, a entraîné une notable diversification des secteurs de consommation et, en de très nombreux cas, une large multiplication des genres ou types de produit permettant d'assurer la satisfaction d'un besoin déterminé. Les conséquences en ont été une amélioration générale du bien-être matériel mais aussi un accroissement des difficultés que rencontrent les consommateurs pour assurer l'utilisation optimale de leur pouvoir d'achat. Un facteur augmente la complexité d'une sélection judicieuse des articles : l'attachement des consommateurs aux procédés traditionnels d'acquisition qui, marqués d'esprit individualiste, reposent en une large mesure sur l'empirisme et la routine (le commerce durant le même temps se livrant au contraire à un profond renouvellement de ses méthodes).

I. CHANGEMENTS DANS LA STRUCTURE DE LA CONSOMMATION

Ces modifications sont assez connues, au moins sous leur aspect global pour qu'il suffise ici d'en illustrer le sens et la portée par quelques indications statistiques, celles-ci étant devenues plus nombreuses et plus sûres grâce aux travaux du Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation (C.R.E.D.O.C.).

[p.17] Considérons en premier lieu l'évolution de la consommation intérieure totale des particuliers de 1950 à 1961¹. Évaluée en francs constants (prix de 1956),

¹ Informations prises dans *Consommation*, Annales du C.R.E.D.O.C., 1963, n° 1, pp. 86-107. Pour une vue générale de la consommation à travers le monde, voir : GEORGE (P.), *Géographie de la*

celle-ci s'élève de 65% : mais la hausse de l'ensemble « alimentation et boissons » n'est que de 43% tandis que les consommations non alimentaires progressent de 84,1%. Déjà significatifs, ces pourcentages couvrent des transformations à l'intérieur de chacune de ces deux grandes catégories. Sans entrer dans une analyse détaillée, je voudrais signaler quelques données caractéristiques.

Les dépenses alimentaires s'accroissent beaucoup plus lentement que les consommations non alimentaires (taux d'accroissement annuel moyen en volume de 1950 à 1961 : 3,3 pour les premières, 5,8 pour les secondes). Par rapport à 1950 certaines consommations sont en régression (pain, pommes de terre, féculents...), d'autres relativement stables (lait et produits laitiers), d'autres enfin en augmentation (hausse très accentuée pour les boissons non alcoolisées ou faiblement alcoolisées, les eaux minérales, la pâtisserie, les crèmes glacées, les conserves de fruits ; hausse plus modérée pour les viandes de porc et de bœuf, les poissons, les volailles et œufs...). Ces variations correspondent aux tendances habituelles des sociétés en voie d'enrichissement (valorisation des éléments de choix et des conserves, progrès dans le conditionnement des produits). Selon un mécanisme désormais bien connu, il en résulte que les dépenses alimentaires augmentent sensiblement plus vite que les quantités d'aliments consommés¹.

La hausse des consommations non alimentaires n'est pas uniforme. Voici le taux d'accroissement annuel moyen en volume pour chacune des catégories : hygiène et soins, 8,9 ; culture, loisirs, distraction, 7,5 transports et communications, 7,0 ; habitation, 6,0 ; habillement, 5,1 ; biens et services divers, 5,0 ; hôtels, cafés, restaurants, 4,6. Cette évolution a largement profité au secteur des services mais elle a eu également des répercussions très heureuses pour les industries de biens de consommation durables (les taux d'accroissement annuel pour certains produits étant si élevés qu'on peut y voir un changement de dimension de l'industrie intéressée : télévision, 50,0 ; disques et bandes magnétiques, 28,0 réfrigérateurs, 25,0 ; machines à laver, 23,5 ; rasoirs électriques, 23,0 appareils de photo et de cinéma, 21,5...). Au titre des soins, le taux d'accroissement annuel pour les services médicaux et d'hospitalisation n'est que de 7,0 : par contre celui de la pharmacie s'élève à 17,7².

consommation, Paris, 1963. On trouvera les éléments d'une étude en profondeur de ces questions in : SORRE (Max.), *L'homme sur la terre*, Paris, 1961.

¹ Soit le cas des États-Unis. De 1909 à l'époque 1949-57, la dépense alimentaire par tête calculée en prix constants a progressé de 75% : cependant durant la même période, l'augmentation de la consommation physiologique n'a été que de 12 à 15%. Autrement dit, la plus large partie de la hausse de la dépense est due à un déplacement de la demande vers des produits de plus haute qualité et à l'incorporation de nouveaux services dans le prix des aliments (selon JOUVENEL, *op. cit.*, p. 9).

² Voir à cet égard l'ouvrage bien documenté de DELAMOTTE (G.), *La santé des Français : les grandes maladies, l'équipement sanitaire*, Paris, 1962.

Il va sans dire que la répartition présente de la consommation des particuliers est appelée à subir de nouvelles transformations dans les prochaines années. Malgré un fléchissement notable, les dépenses ali-[p. 18] mentaires représentent encore 40% du total : or elles n'atteignent plus qu'environ 30% dans les pays industriels les plus avancés. Il est donc légitime de prévoir une nouvelle baisse de la part relative de ce secteur dont l'accroissement moyen restera malgré de notables améliorations qualitatives sensiblement inférieur à celui des autres catégories. Parmi les branches qui semblent promises à une expansion rapide, on peut mentionner les biens ménagers et de confort ainsi que les transports et communications. D'importantes augmentations sont attendues dans le secteur des vacances : selon certaines prévisions, la proportion des Français adultes passant leur congé hors du domicile habituel — proportion encore bien insuffisante — atteindrait en 1970 presque la moitié de la population adulte (contre un tiers seulement en 1958) ¹.

Au total donc, que les changements proviennent d'un mouvement spontané de la demande ou d'un conditionnement préalable de celle-ci par les producteurs, les consommateurs seront amenés, au rythme de l'expansion économique et aussi en fonction de décisions gouvernementales (extension de la durée des vacances par exemple), à se présenter sur des marchés de biens et de services assez différents des marchés traditionnels ².

Jusqu'à présent, j'ai raisonné sur des moyennes relatives à l'ensemble des consommateurs. Or il est bien connu que de tels chiffres cachent de profondes disparités entre les groupes sociaux. Nous disposons pour l'étude de ce problème d'une enquête sur la consommation des ménages français en 1956 réalisée conjointement par le C.R.E.D.O.C. et l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques (I.N.S.E.E.) ³. Les résultats globaux de cette recherche (qui a porté sur un échantillon d'environ 22 800 ménages) pour quatre des catégories socio-professionnelles retenues (moyennes de dépenses annuelles par ménage) — voir tableau page suivante.

¹ Selon un rapport présenté au Conseil Économique et Social par S. Troisgros, 37,5% seulement des français adultes, soit 12,5 millions, seraient partis en vacances durant l'année 1964. Encore le taux des départs varie-t-il considérablement selon l'importance de la population des lieux d'habitation (60% pour les villes de plus de 50 000 habitants mais 26 % seulement pour celles de moins de 10 000). On a calculé que pour les exploitants et salariés agricoles, le taux des départs n'avait pas dépassé 8%.

² Comme essai de prévision à moyen terme consulter l'ouvrage réalisé sous la direction de DEWHURST (J.F.), *Besoins et moyens de l'Europe*, Tendances et perspectives de dix-huit pays, traduit de l'anglais, Paris, 1962. Voir aussi SANDEE (J.) (ed.), *Europe's future consumption*, Amsterdam, 1963.

³ Les résultats en ont été publiés dans *Consommation*, 1960, n^{os} 2 et 3. Pour l'étude approfondie d'un groupe social particulier voir l'importante étude de CHOMBART DE LAUWE (P.-H.), *La vie quotidienne des familles ouvrières*, Recherches sur les comportements sociaux de consommation, Paris, 1956.

Ces résultats établissent le caractère profondément inégalitaire de la société française contemporaine et ouvrent de vastes horizons sur la persistance des barrières de classe dont des commentateurs optimistes annoncent un peu rapidement la dissolution. La disparité au titre de l'alimentation est relativement faible, correspondant pour l'essentiel à une différenciation qualitative de la nourriture selon l'ampleur des ressources disponibles. En réalité, ce sont les dépenses non alimentaires qui constituent le facteur de classification sociale (spécialement les loisirs, les vacances, les transports et la culture). Les dépenses « hygiène et santé » du cadre supérieur sont plus du triple de celles du salarié agricole.

[p. 19]

Catégories de dépenses	A	B	C	D
Alimentation	5.146,4	4.277,2	4.083,5	3.241,5
Habillement	2.314,4	1.533,5	1.002,2	665,2
Logement	1.744,7	713,8	354,7	187,2
Équipement du logement	855,4	703,9	421,3	237,3
Fournitures et énergie	1.172,6	815,7	597,8	374,3
Hygiène et santé	1.099,8	642,1	407,0	304,4
Transports et vacances	3.159,0	1.586,3	484,2	132,3
Tabac, culture et loisirs	2.369,4	899,9	474,3	245,0
Dépenses diverses	<u>649,6</u>	<u>400,3</u>	<u>251,5</u>	<u>154,2</u>
Total non alimentaire	13.364,9	7.295,5	3.993,0	2.299,9
Total général	18.511,3	11.572,7	8.076,5	5.541,4

A : Professions libérales et cadres supérieurs.

B : Cadres moyens.

C : Ouvriers.

D : Salariés agricoles.

Je voudrais mentionner également une enquête très significative de la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales sur l'équipement ménager¹. Cette enquête menée durant le premier semestre de 1961 a suscité l'envoi de 5 000 réponses (émanant dans la grande majorité des milieux urbains) dont 88% ayant une valeur statistique. Elle illustre bien les difficultés rencontrées par les ménages à revenus modestes pour se procurer les biens d'équipement familiaux. Voici pour quelques-uns de ces biens le pourcentage des ménages équipés selon les tranches de revenus annuels :

¹ *L'équipement ménager dans les familles* (deux fascicules ronéotés publiés par la Confédération).

Biens d'équipement	Tranches de revenus annuels (en francs)				
	Moins de 4.000	4,000 à 5,000	5,000 à 7,000	7,000 à 9,000	Plus de 9,000
Chauffe-eau	43,83	45,22	55,33	66,06	74,29
Réfrigérateur	11,16	16,62	23,51	33,95	45,85
Machine à coudre	56,97	64,10	68,26	73,95	71,92
Machine à laver	30,28	40,70	46,95	53,27	61,38
Aspirateur	19,91.	27,26	39,01	50,96	68,83

[p. 20] Voici maintenant quelques données qu'il faut prendre comme des ordres de grandeur sur l'équipement du logement en fonction de l'âge de l'immeuble.

Nature de l'équipement	En % selon l'année de construction	
	Avant 1947	Après 1947
Salle de bain ou douche installée	19,11	89
Eau chaude collective	1,08	5,70
Chauffage collectif	3,63	15,40
Chauffage central individuel	7,31	27,14

Depuis 1950, on a construit deux millions six cent mille logements neufs mais la majorité des familles populaires ne sont pas encore en mesure de jouir d'un habitat confortable (plus des trois quarts des ouvriers et des employés habitant des logements anciens). Il en résulte une sorte de ségrégation des pauvres d'avec les milieux aisés dont, malgré la politique des grands ensembles, les banlieues ouvrières des grandes villes apportent encore un témoignage sans équivoque.

Toujours dans le domaine de l'équipement ménager, la situation des familles paysannes demeure sensiblement au-dessous de la moyenne. Selon les statistiques disponibles pour 1961, la proportion des ménages d'exploitants agricoles équipés en appareils ménagers serait la suivante : machines à laver, 20% ; réfrigérateur, 14% ; télévision, 6% ; aspirateur, 5% (les pourcentages relatifs aux salariés agricoles s'élevant à peine à la moitié de ceux des exploitants).

Toutes les enquêtes effectuées au cours des dernières années sur le problème du logement vont dans le même sens que celle de la Confédération. Soit par exemple le surpeuplement. Les techniciens estiment qu'approximativement deux millions d'appartements (dont environ 300 000 de construction récente), c'est-à-dire 17% du total sont surpeuplés, plus de 900 000 d'entre eux étant dans un état de

surpeuplement critique (trois personnes dans une pièce, quatre à six dans deux, sept dans trois...). Or, ce sont les classes populaires qui sont les principales victimes du surpeuplement (23,6% de la catégorie des locataires occupant des logements surpeuplés contre 9,3% de celle des propriétaires de leur habitation).

[p. 21] J'ai insisté sur ces disparités car elles constituent certainement des obstacles les plus graves à la naissance et à la consolidation d'un intérêt commun à l'ensemble des consommateurs. Sans doute, les couches les plus défavorisées bénéficient-elles peu à peu d'un minimum de confort. Mais la généralisation de ces commodités ou agréments demeure lente. Au surplus, un autre facteur d'inégalité intervient : la situation de famille. Des études nombreuses et irréfutables, qu'elles émanent de l'Institut National d'Études Démographiques ou du Centre d'Études de la Socio-Économie, ont établi l'ampleur de la pénalisation infligée aux familles nombreuses ce qui, pour les couches à revenus modestes, n'épargne même pas le secteur de la nourriture. Depuis 1951 — c'est-à-dire durant la période où des progrès sensibles ont été réalisés dans l'équipement du foyer — le pouvoir d'achat des familles moyennes et nombreuses n'a cessé de se dégrader par suite du retard des prestations familiales sur les salaires et le coût de la vie. Dès lors, le niveau de vie de ces familles s'est accru bien moins vite que celui des ménages sans enfants.

En définitive, les transformations observées dans la consommation n'ont pas bénéficié de manière égale à tous les groupes sociaux, la dimension de l'unité familiale étant susceptible d'élargir les disparités. Cependant, certains de ces changements ont affecté la situation de tous les consommateurs, y compris des plus modestes : tel a été le cas notamment de la multiplication des produits capables de satisfaire un besoin déterminé, le poids de cette tendance ne cessant de s'alourdir dans les, économies régies par la rentabilité privée. En voici quelques exemples.

Avant la seconde guerre mondiale un super-marché américain ne stockait guère plus de 1 300 produits alimentaires différents ; il en présente aujourd'hui de 7 000 à 10 000. Selon l'Association Belge des Consommateurs, il circule en Belgique une bonne quarantaine de marques de *corned beef* (dont la teneur en viande peut s'échelonner de 66 à 92%). Les produits textiles constituent un excellent exemple de ce mouvement qu'amplifie dans ce cas particulier la création de fibres nouvelles que l'on emploie à titre exclusif ou par voie de mélange avec des fibres naturelles. La Consumers Association du Royaume-Uni a relevé dans les magasins 226 noms de tissus. À Francfort sur le Main, on a observé la présence sur le marché de 121 machines à laver différentes. Chaque année des centaines de nouveaux remèdes sont proposés au public.

Il serait inutile d'allonger cette liste, tout consommateur ayant l'expérience de ce phénomène qui prend la forme d'une véritable inondation du marché et constitue un gaspillage social manifeste. La conséquence immédiate en, est l'aggravation des difficultés d'une sélection intelligente.

[p. 22] Est-il excessif d'avancer que, dans une pareille conjoncture, l'acheteur moyen livré à ses seules ressources est pratiquement hors d'état de réaliser un choix raisonnable ? L'affirmation semblera moins osée si l'on observe que, face à ces transformations, les méthodes de jugement et les procédés d'achat qu'utilisent les consommateurs n'ont pas subi de modifications notables.

II. PERMANENCE DE L'UNITÉ DE CONSOMMATION

[Retour à la table des matières](#)

La famille (ou, dans le cas du célibat, l'individu seul) demeure l'unité élémentaire de consommation. On relève certes l'existence de diverses consommations prises en dehors du foyer familial (repas dans les cantines d'entreprise et d'administration, entretien des pensionnaires dans les établissements d'enseignement, distribution d'aliments aux écoliers, soins aux malades dans les hôpitaux...) : mais cette consommation collective ne représente qu'une petite fraction du total (environ 5% selon le rapport de P. Laguionie). Pour l'essentiel, les achats de biens et de services restent le fait des ménages dont l'étroitesse même complique tout effort de gestion optimale des ressources. Achetant par petites quantités de très nombreux produits dont il est fréquent que la présentation et la consommation varient, la maîtresse de maison est bien mal placée pour tirer le rendement maximum du revenu familial.

Un trait aggrave la situation : la ménagère, surtout quand elle travaille hors du foyer ou doit élever plusieurs enfants, est souvent pressée par le temps dans la réalisation de ses emplettes quotidiennes. Ajoutons que, malgré l'élargissement et le perfectionnement de l'éducation ménagère, la préparation des jeunes filles aux tâches complexes de la gestion familiale reste notoirement insuffisante. En somme, les conditions nécessaires à l'exercice de la rationalité économique, dont la recherche, il est vrai, n'est pas le principe directeur de l'unité familiale, sont beaucoup plus faciles à obtenir au plan de la production qu'au niveau de la consommation. Rappelons à cet égard la formule classique de l'économiste américain W.C. Mitchell : *The backward art of spending money*¹.

Encore que notre connaissance des consommateurs soit imparfaite, plusieurs aspects du comportement effectif des acheteurs sur les marchés confirment le pessimisme de ce jugement. Sans doute faut-il éviter de procéder à des généralisations sur la base d'enquêtes fragmentaires et [p. 23] souvent superficielles. Mais la fréquence de ces constatations est trop élevée pour qu'il soit légitime de les interpréter comme des phénomènes aberrants : ainsi la tendance des

¹ Voir sur ce point les intéressants développements présentés par HAMILTON (D.), dans un récent ouvrage : *The Consumer in our Economy*, Boston, 1962 (deuxième partie).

ménagères à effectuer leurs achats dans des boutiques proches de leur domicile même si ce « service de proximité » entraîne une élévation de la dépense, ou encore leur tendance à trouver des différences entre deux lots d'un même produit présenté sous des emballages différents.

Autre trait significatif : la propension des consommateurs à considérer la hauteur du prix comme une garantie de qualité et à se défier des articles mis en vente à des prix peu élevés. De nombreuses expériences comportant l'offre à des prix différents de lots de produits identiques ont établi qu'en moyenne le lot facturé le plus cher s'enlève le premier. On en tire l'idée que l'acceptation d'un prix par le consommateur n'a pas de rapport avec la valeur réelle de la marchandise (l'estimation faite par celui-ci dépendant de nombreux facteurs parmi lesquels l'importance du revenu disponible, le désir d'achat, le prestige du produit et le renom de la marque, le standing du magasin de vente sans oublier l'attrait des prix ronds)¹.

Par leur généralité même ces observations sont probablement excessives². Il existe certainement des consommateurs qui s'efforcent de rapprocher le prix demandé de la qualité offerte mais, si l'on n'est pas un spécialiste averti du produit en cause, la formulation d'un jugement correct représente une démarche difficile. Il est naturel que l'acheteur désorienté par la variété des produits exposés admette que l'échelle des prix traduit la gamme des qualités, ce qui, pourtant, est loin de correspondre toujours à la réalité (cas de firmes qui vendent sous des marques diverses et à des prix sensiblement différents des produits de qualité très voisine sinon même un produit identique).

Évitons en tout cas de déplacer les responsabilités en exagérant celles des consommateurs dans les dommages qu'ils subissent quotidiennement au titre de l'utilisation de leur pouvoir d'achat. Il est en somme tentant pour les partisans du système capitaliste d'affirmer que la conduite des clients constitue l'un des éléments essentiels de la hausse des prix ou, si l'on préfère, que le déclenchement des tensions inflationnistes serait dû en une bonne mesure au fait que les consommateurs manquent de « fermeté » sur les prix. L'argument serait convaincant si l'acheteur était réellement en mesure de discuter les prix pratiqués, s'il avait la faculté de contrôler les prélèvements effectués antérieurement à la vente finale et si tout n'était mis en œuvre pour le pousser à augmenter ses achats. En réalité le consommateur est d'abord la victime d'un système qui, à [p. 24] tous les niveaux, ramène à l'appât du gain le déroulement de l'activité économique — un

¹ Sur ce problème, voir ADAM (D.), *Les réactions du consommateur devant le prix*, Paris, 1958. Pour une enquête d'inspiration plus générale consulter la brochure publiée en mai 1958 par l'O.E.C.E., *Le comportement de l'acheteur de produits alimentaires*, Comment la ménagère fait son marché.

² Voir à cet égard les remarques judicieuses, encore qu'un peu optimistes, de *Vie populaire* sous le titre « Quand les consommateurs atteignent l'âge de raison », n° du 1^{er} au 15 décembre 1963, pp. 8-9.

système au surplus qui est soigneusement agencé de manière à exclure le marchandage ou à lui ôter toute efficacité.

Les consommateurs ont certes tort de baisser pavillon devant les prétentions des commerçants et, plus encore, de se laisser prendre au piège des consommations inutiles ou superflues. Ils s'épargneraient bien des déboires et des soucis en faisant montre de plus de réserve et d'esprit critique. Mais l'esprit même du système les dissuade sans cesse de mettre en œuvre de telles qualités. Sans absoudre pour autant les consommateurs de leurs faiblesses et de leur manque d'énergie, sachons voir que ces conduites sont en grande partie la conséquence de pressions de tous ordres dont l'unique mobile reste la maximation des gains de l'appareil de production-distribution.

En définitive, il est incontestable que l'ignorance et la crédulité des consommateurs ouvrent aux producteurs la faculté de réaliser de fructueuses affaires : ainsi la pratique observée en divers pays de vendre au titre des « soldes », spécialement pour la chemiserie et l'habillement, des articles de qualité inférieure uniquement confectionnés à cet effet. Citons encore la politique qui consiste à se donner l'apparence de vendre bon marché en baissant considérablement une dizaine de produits mais en se rattrapant sur le reste : il semble que le client, s'il a l'impression d'avoir réalisé une bonne affaire sur des objets courants, soit enclin à acheter les autres produits sans trop s'inquiéter de leur prix. Or le commerce s'oriente aujourd'hui vers la formule des « usines de distribution » qui, loin de s'en tenir aux astuces et malices des boutiquiers traditionnels, disposent de spécialistes capables de dépister toutes les faiblesses des acheteurs et de mettre en œuvre des stratégies de vente utilisant ces particularités pour le plus grand développement du chiffre d'affaire. Il est nécessaire de préciser le sens d'une telle orientation.

III. RENOUVELLEMENT DES MÉTHODES DU COMMERCE

[Retour à la table des matières](#)

Cette évolution qui, en Europe, ne touche encore qu'une partie du commerce ¹, a sans aucun doute des côtés positifs pour les clients. Aucune attitude ne serait plus absurde et d'ailleurs plus stérile qu'une volonté de « protection du passé » d'inspiration poujadiste. Les nouvelles techniques de la distribution apportent aux

¹ Sur la question, voir JEFFERYS (J.B.), KNEE (D.), *Retailing in Europe*, Present structure and future trends. Londres, 1962 (traduit en français sous le titre *Le commerce de détail en Europe*). Pour la France, on estime que les commerçants indépendants tiennent 85% des points de vente, une fraction d'entre eux étant associés pour leurs achats dans des organismes de type coopératif ou des chaînes volontaires.

consommateurs, au moins dans [p. 25] certaines limites, des avantages et des commodités qui ne sauraient être sérieusement contestés. Cependant cette modernisation comporte des risques tenant moins à la nature intrinsèque des procédés d'organisation utilisés qu'aux conditions présidant à leur emploi.

Le premier danger est que le souci de consolider les gains commerciaux et non celui de réduire systématiquement le coût de la distribution pour l'acheteur constitue le mobile essentiel de telles opérations. Cette éventualité n'est pas négligeable si l'on observe la pénétration massive du capital financier dans le secteur commercial durant ces dernières années. Il serait certes fâcheux que les économies de gestion réalisées à ce titre (notamment en raison de l'accroissement du chiffre d'affaires par tête de personnel employé) serve en priorité à augmenter les profits d'établissements bancaires ou de sociétés de capitaux.

Un autre risque non moins grave est que l'on oriente ces techniques vers la « mise en condition » des acheteurs par une utilisation croissante des acquisitions de l'analyse psychologique¹. Les spécialistes américains du *marketing*, dont s'inspirent volontiers les techniciens européens, ont calculé que dans les nouveaux super-marchés offrant un large assortiment de produits et un libre-service intégral, le pourcentage des « achats impulsifs » est de l'ordre de 30 à 35% des ventes : achats impulsifs, c'est-à-dire achats non prévus et peut-être inutiles que déclenchent des agencements commerciaux savamment calculés².

Le premier super-marché français a été ouvert à Paris en 1957. Au 31 décembre 1963, on en comptait un total de 323 (contre 207 à la fin de l'année précédente). La cadence mensuelle d'ouverture de ces magasins a été de dix au cours de l'année 1963 (sept en 1962, six en 1961 et 2,5 en 1960). Actuellement 163 villes ou localités possèdent une ou plusieurs installations de ce type (92 étant implantées dans la région parisienne). La formule — au développement de laquelle participe le mouvement coopératif — est donc en pleine expansion mais elle n'assure qu'une faible part du commerce de détail (en 1963 2,47% de l'alimentation générale, 1,43% du secteur de la boucherie). Observons au surplus que, comparés à leurs homologues américains, les super-marchés français sont en réalité de simples « superettes » (petits super-marchés avec un nombre restreint de rayons). Il semble que de nombreux obstacles s'opposent, au moins pour le présent, à la transposition complète du modèle américain (ainsi la différence considérable dans le taux de motorisation des deux pays et l'absence d'un équipement ménager qui permette de

¹ Pour une étude de ces méthodes consulter : MARCUS-STEIFF (J.), *Les études de motivation*, Paris 1961 ; HENRY (H.), *L'étude de motivation*, Sa pratique et ses applications, traduit de l'anglais, Paris 1959 ; DICHTER (E.), *La stratégie du désir*, Une philosophie de la vente. Voir également l'ouvrage de PACKARD (V.), *La persuasion clandestine*, traduit de l'américain, Paris, 1958.

² Selon UHRICH (R.), *Super-marchés et usines de distribution*, Hier aux États-Unis, aujourd'hui en France, Paris 1962. Pour une étude d'ensemble des méthodes du commerce à l'époque actuelle voir RIVES (Marcel), *Traité d'économie commerciale*, 3 vol., Paris, 1958.

grouper tous les achats hebdomadaires en un seul déplacement). On peut cependant s'attendre à ce que l'expansion des grands ensembles d'habitation provoque un élargissement de l'aire d'application de la formule.

La distribution est donc en pleine évolution. Pourtant on ne donnerait qu'une vue très partielle du problème en se limitant à la concentration commerciale. Depuis longtemps, et à une bien plus grande échelle, l'industrie *a* emprunté le chemin qui conduit aux vastes rassemblements de capitaux et aux centres de décision dotés d'un large pouvoir économique. Or, durant les dernières décennies, ce mouvement s'est étendu à des branches qui, au moins en Europe, en étaient restées relativement à l'écart.

Une transformation de cet ordre affecte aujourd'hui le secteur de l'édition qui, perdant ses caractéristiques traditionnelles, devient progressivement une véritable industrie de fabrication et de distribution de biens culturels. Les éditeurs doivent dès lors se plier, de plus ou moins bon gré, aux normes de la production en masse dont la première est de limiter la production aux articles susceptibles de toucher, grâce à une publicité appropriée, une clientèle suffisante. Les besoins de capitaux ne cessent de s'accroître et il est intéressant de noter qu'en 1961 la bourse américaine (Wall Street) a soudainement découvert ce secteur assez complètement négligé jusque là par les financiers et les spéculateurs.

Ces changements sont en rapport étroit avec le considérable développement de la vente des ouvrages à faible prix que l'on range habituellement dans la catégorie assez hétérogène des « livres de poche ». Ce type d'ouvrage, qui se rapproche sans se confondre entièrement avec celui de la série des *paperbacks* américains, paraît susceptible de jouer un rôle primordial dans la diffusion d'œuvres classiques et de travaux confirmés dont jusqu'à présent le prix élevé risquait de décourager la clientèle à revenus modestes. Cette transformation présente donc des côtés nettement positifs. Lors d'une réunion groupant des éditeurs et libraires britanniques ou a proposé l'installation de machines à distribution de *paperbacks* dans les hôpitaux, les stations d'autobus, les stations balnéaires. Observons qu'aux États-Unis, sur 150 000 points de vente, 60 000 sont situés dans des super-marchés et des drugstores. On compte dans ce pays 2 000 librairies exclusivement consacrées au livre de poche ¹.

Cependant c'est le secteur de l'alimentation qui de ce point de vue a connu les plus grandes modifications. On sait que désormais une large partie des produits agricoles subit des transformations ou un conditionnement de type industriel avant de parvenir au consommateur final. Les techniques utilisées à cet effet sont en évolution rapide comme le montre le cas des produits surgelés dont le marché en Europe — relativement restreint aujourd'hui — semble appelé à un vaste

¹ On trouvera quelques données statistiques sur la récente expansion de ce genre d'ouvrage en France in : *Combat*, 18 novembre 1963, p. 6, « Le livre de poche : une révolution dans l'édition ».

développement. Il [p. 27] suffit, pour avoir une juste idée de l'importance des intérêts en jeu, d'observer le combat que se livrent actuellement Nestlé et Unilever en vue de s'assurer la première place sur ce marché. Unilever, qui a fait œuvre de pionnier en ce domaine, dispose de nombreuses usines en Grande-Bretagne, mais l'affaire vient d'installer ses propres entreprises de production en plusieurs autres pays (Allemagne, Autriche, France...). Nestlé de son côté a conquis un atout de grande valeur en s'assurant le contrôle du groupe scandinave Findus dont les usines se trouvent situées en Scandinavie et en divers autres pays (Angleterre, Allemagne, Belgique, Italie). En raison de la taille des adversaires, il est douteux que ce combat prenne la forme d'une guerre des prix (les firmes de cet ordre préférant la publicité à la baisse des prix quand il s'agit d'ouvrir des débouchés supplémentaires aux nouveaux produits).

Signalons au passage que le secteur de l'alimentation est probablement celui où les investissements étrangers, en particulier américain, ont été les plus nombreux au cours de la période récente ¹. Compte tenu des positions importantes déjà occupées par des groupes étrangers, ces opérations ont fait surgir le risque d'un envahissement du marché national par des forces monopolistes. La perception de ce danger a conduit les industriels français de l'alimentation à créer un Centre d'Actions Concertées des Entreprises de Production Alimentaire. L'objectif de ce regroupement est de renforcer la position des firmes intéressées ou menacées dans leur lutte avec les affaires internationales qui, procédant par implantation directe ou par rachat de sociétés existantes, visent à s'assurer le monopole de la fabrication des produits nouveaux. L'un des procédés favoris de ces groupes est d'élever la compétition à un tel niveau de puissance (budgets massifs de publicité) que seules les concentrations les plus vastes restent sur le marché. Il est douteux que le Centre livré à ses seules ressources parvienne à rassembler les moyens financiers indispensables pour combattre à armes égales avec les trusts internationaux de l'alimentation.

En définitive, qu'elle soit le fait d'impulsions étrangères ou nationales, la concentration capitaliste, notamment dans l'ordre des produits alimentaires, tend à se prolonger du niveau industriel au plan commercial (articles fabriqués dans un grand complexe d'usines et distribués par une chaîne de supermarchés). Or il n'y a aucune certitude que les consommateurs tirent tous les avantages que l'on pourrait attendre d'une telle rationalisation. Selon une théorie qui eût son heure de vogue,

¹ Pour une analyse de la pénétration des capitaux étrangers dans les divers secteurs de l'alimentation, voir : GERVAIS (J.), *La France face aux investissements étrangers*, Analyse par secteurs, Paris, 1963, pp. 82-90. Il semble que le gouvernement français ait conscience de la gravité du problème et soit décidé à contrôler le mouvement avec tous les moyens à sa disposition. Cependant le Marché Commun réduit sa liberté de manœuvre (faculté pour une firme étrangère installée dans l'un quelconque des six pays de faire parvenir ses produits dans les autres au bénéfice de la démobilitation douanière).

les rivalités entre groupes industriels de même que celles susceptible de s'instituer entre groupes industriels et groupes commerciaux aboutiraient à l'établissement [p. 28] de solides contre-poids dans l'exercice du pouvoir capitaliste, l'introduction de groupes internationaux ayant de son côté pour effet de mettre des freins à la toute puissance des monopoles nationaux. En somme, le super-marché serait la meilleure protection du consommateur contre l'appétit éventuel des groupes industriels : et cette défense aurait d'autant plus de poids que la force, du groupe commercial serait plus grande.

Cette thèse du « pouvoir compensateur » due à J.K. Galbraith, l'un des plus habiles défenseurs du capitalisme contemporain, représente simplement, l'adaptation à l'esprit du XX^e siècle des fameuses « harmonies économiques » de Bastiat. L'étude des journaux financiers en tout cas montre que si les groupes commerciaux, sous leurs diverses formes, gagnent de l'argent, les groupes industriels, et spécialement les complexes alimentaires, n'en perdent pas pour autant. De cette lutte pour le profit qui, au niveau des très grandes firmes, connaît, malgré toutes les législations anti-trust, de singuliers ménagements ainsi que des contradictions suscitées par cette rivalité, je ne pense pas que puisse sortir une économie de véritable service de la collectivité (les avantages, parfois temporaires, que s'assurent les consommateurs du fait de la compétition oligopolistique étant souvent mis à la charge d'autres catégories et, en particulier, des paysans).

L'expansion de la concentration industrielle dans le domaine alimentaire aura finalement pour effet de renforcer la tendance à traiter le consommateur comme un objet : tendance si caractéristique de l'ensemble des pratiques commerciales modernes dont la mise en œuvre repose sur une inégalité croissante de pouvoir économique entre les centres de décision du secteur production-distribution et ceux du secteur consommation. J'en vois une preuve dans l'utilisation par les firmes d'emballages de plus en plus luxueux dont beaucoup de clients à revenus modestes souhaiteraient faire l'économie. En Grande-Bretagne, la dépense moyenne annuelle par habitant au titre du *packaging* atteint actuellement 12 livres sterling, ce qui représente globalement une dépense de l'ordre de 500 millions de livres. Aux États-Unis, la moyenne par tête était déjà de 22 livres en 1958 et l'on estime que ce chiffre serait aujourd'hui au minimum de 30. Si elle relève pour partie du désir de bien servir le client en lui assurant une parfaite conservation du produit, cette tendance répond aussi au souci des producteurs de séduire la clientèle par d'autres procédés que la baisse des prix (*non-price competition*).

Les spécialistes du *marketing* ont l'habitude d'affirmer que la préoccupation du consommateur régent l'économie moderne. Désormais, la production et la vente, seraient déterminées non seulement pour les [p. 29] consommateurs mais en fonction deux. Par rapport à l'économie ancienne il s'agirait d'un véritable renversement des perspectives, l'un des signes les plus clairs de cette transformation étant la propension des entreprises à donner la parole au public et à

modeler la production selon son vœu. Ainsi l'enquête de marché serait-elle l'acte de naissance du consommateur comme sujet actif de la vie économique.

Sur la base du contenu et de la finalité de ces enquêtes, je ne crois pas que cette opinion exprime correctement les rapports qui se nouent en ces occasions entre les producteurs et les clients. En premier lieu les consommateurs interrogés sont déjà influencés par la pression du milieu social dont la publicité antérieure, qu'elle émane ou non de la firme en cause, constitue un facteur essentiel. D'un autre côté, si les résultats de l'enquête sont parfois utilisés pour transformer le produit dans le sens souhaité par la moyenne des acheteurs, l'opération a aussi pour but de découvrir les points vulnérables de ceux-ci ou, si l'on préfère, de sélectionner les arguments susceptibles de faciliter le placement de la production (éventuellement au prix de quelques changements mineurs dans la composition ou l'aspect de l'article). En bien des cas enfin, l'objet de l'enquête est de déterminer l'image qu'il y a lieu de donner au public d'une fabrication dans le déclenchement de laquelle la nature de l'équipement disponible ou le poids de la routine ont joué un plus grand rôle que le souci de l'avantage ou de l'agrément du consommateur.

Admettons que, dans un régime de rentabilité privée, la nature de la production en masse exige cette sorte d'enveloppement du consommateur par des techniciens habiles (dont les économies collectivistes planifiées, une fois sorties de la pénurie relative qui les caractérise aujourd'hui, risquent de n'être pas indemnes, du moins pas totalement). Mais ne faisons pas pour autant du *marketing*, dont la raison d'être est de consolider la position du producteur sur le marché (le coût de l'opération étant inclus dans le prix de vente), un instrument de libération des consommateurs.

Admettons un instant que cette prétention soit fondée et que la production faite après étude du marché corresponde exactement au vœu du public. Dès lors, serait-il encore nécessaire d'effectuer ultérieurement des campagnes publicitaires pour inciter les consommateurs à acheter des articles fabriqués tout exprès pour eux ? En réalité, l'une des données qui se dégage très souvent des enquêtes de marché est la nécessité de ne jamais arrêter ou même ralentir l'effort de publicité. Or, mécanisme de persuasion à sens unique, la publicité apparaît difficilement compatible [p. 30] avec la notion du « consommateur-roi » que, malgré sa profonde dévalorisation, les techniciens du *marketing* n'ont pas encore tout à fait renoncé à répandre dans le public.

IV. INTERVENTION DE LA RÉCLAME

[Retour à la table des matières](#)

Au titre de 1962, les dépenses de publicité se sont élevées en France à environ 2 milliards de francs, le chiffre correspondant pour les États-Unis étant de 12 milliards de dollars : avec une population environ quatre fois supérieure, le volume des

dépenses américaines de publicité atteint trente fois le total français. Encore que moins accentué, le même décalage s'observe entre la France et les autres pays européens. Selon une statistique internationale de ces dépenses (en dollars par tête de population) compilée par W.A. Hoellige¹, on a le classement suivant : Suisse (28) ; Suède (25) ; Grande-Bretagne (24) ; Allemagne Fédérale (21) Danemark (19) ; Norvège (18) ; Union Belgo-Luxembourgeoise (12) Autriche et Pays-Bas (11) ; France (8) ; Finlande (7) ; Portugal (4) Italie (3). Même si ces données comportent quelques inexactitudes, les écarts sont trop nets pour autoriser le doute : jusqu'à une époque récente la France n'a suivi qu'avec beaucoup de retard le mouvement d'ascension des dépenses publicitaires qui se développe partout à un rythme accéléré.

Il arrive encore que l'on discute pour savoir si l'effort publicitaire relève de l'information ou de la persuasion. Le sens de cette querelle m'échappe. Chacun admet que le but de la publicité est de déclencher l'achat de tel ou tel produit. Il faut donc, pour que l'effet désiré se produise, que la campagne atteigne le public visé et que celui-ci accepte le contenu du message transmis. La démarche comporte nécessairement une intention de persuader, le seul problème étant celui des processus psychologiques mis en œuvre pour obtenir un tel résultat. La plupart des réactions humaines comportant à la fois des éléments de type cognitif et affectif, le technicien de la publicité sera porté à jouer sur les deux tableaux selon des propositions qui dépendent de multiples variables (circonstances de la campagne, nature du produit, genre du public...) ².

Actuellement, du moins dans ses secteurs les plus évolués, la publicité accepte l'idée que le consommateur est guidé par les émotions. Dans de très nombreux cas, c'est une charge d'émotivité qui déclenchera l'achat [p. 31] et non l'accomplissement d'un calcul rigoureux. Il s'agit donc, à l'aide d'études en profondeur du comportement humain, de choisir les images ou symboles que l'on fera pénétrer dans l'esprit des consommateurs afin d'obtenir l'apparition des réflexes souhaités. C'est ainsi, pour reprendre le mot célèbre de Salacrou, que l'on ne vendra plus des sirops, mais de la santé. De même, vendre des oranges sera garantir de la vitalité et proposer aux femmes des produits de beauté sera leur céder une source ou, du moins un espoir, de jouvence. Absorber un jus de fruit, c'est boire un verre d'allégresse. En somme, les particularités propres de l'objet — sur lesquelles insistent les études ordinaires de marché — passent, de manière plus ou moins complète, à l'arrière-plan au bénéfice des satisfactions psychologiques

¹ In *E.F.T.A. Bulletin*, février 1962, pp. 8-10. Les professionnels de la branche estiment que c'est seulement en 1960 que les dépenses de publicité réalisées dans le reste du monde ont atteint le total de celles faites aux États-Unis.

² Voir à cet égard l'étude de DURANDIN (G.), « Propagande et publicité » in *Traité de psychologie appliquée*, sous la direction de PIÉRON (H.) ; tome II, Paris, 1960, pp. 1161-1195. Voir aussi OULÈS (F.), « The role of advertising » in *Motivation research and depth communication*, Rüschlikon (Suisse) 1960, pp. 35-62.

(sécurité, contentement de soi, sentiment de puissance...) que la possession ou l'utilisation du produit sont censées procurer dans un contexte social déterminé.

Les techniciens de la publicité ont découvert que l'un des besoins essentiels de l'homme est de croire, d'avoir confiance — besoin que, toutes choses égales, développe la multiplication des articles offerts sur le marché. La création d'un courant de confiance à l'égard d'un produit devient donc l'une des préoccupations majeures de l'effort publicitaire. Cette tâche est difficile à l'égard des marques désignant des produits très voisins entre lesquels il n'existe pas de différences techniques appréciables (cas de la plupart des marques d'essence, d'huile, de détergents, de savons, de dentifrices...). Or il faut — c'est la base de la concurrence monopolistique — susciter et consolider une préférence à l'égard d'une marque déterminée : on y parviendra soit en insistant sur une particularité physique (généralement sans influence sur le service attendu) soit en créant autour de la marque une sorte de halo psychologique (association de telle marque d'essence à l'idée de puissance).

L'opération est encore plus compliquée à propos d'articles dont l'emploi comporte des dangers et peut donc susciter chez l'utilisateur un sentiment de culpabilité (risque de cancer pour les fumeurs) : dans des situations de cet ordre, on s'efforcera de trouver des mobiles qui compensent ou contrebalancent l'impression de peur (la cigarette comme facteur de sociabilité, comme élément de détente au cours d'un travail difficile, comme symbole d'une maturité virile).

On oppose volontiers le processus mental ainsi déclenché à l'accomplissement d'un calcul rationnel, c'est-à-dire d'un effort d'adaptation des moyens aux fins. Le propre de la publicité serait de détruire la rationalité des consommateurs au profit d'impulsions incontrôlées. L'observation est valable pour les achats effectués au hasard sans que l'acquéreur soit [p. 32] en mesure, ou éprouve le besoin, de leur attribuer une finalité quelconque. Mais, en certains cas, les techniciens transforment le problème en attribuant une fin spécifique à l'opération d'achat ou en liant celle-ci à une valeur sociale dominante : et dans la mesure où le client s'inspire de cette fin, il n'est plus possible de taxer sa démarche d'irrationnelle. On peut tenir pour une absurdité d'acheter une voiture neuve pour remplacer un véhicule en bon état de marche : mais si la possession d'un modèle de l'année est facteur de promotion sociale, son acquisition par quiconque souhaite garder son standing est raisonnable. Et l'automobiliste qui tient ce changement pour inutile ou ridicule peut être néanmoins conduit à l'effectuer sous l'effet de la contrainte sociale (crainte que la conservation du vieux modèle ou la possession d'un seul véhicule pour la famille fasse planer des doutes sur l'aisance ou la solvabilité financière) ¹.

¹ Selon un récent article du *New York Times* (6 novembre 1963) le rôle joué par l'automobile en tant que status symbol serait en train de disparaître (prolifération et succès croissant des modèles

Au total, l'ambition suprême de l'argumentation publicitaire est de porter le problème de l'achat du plan du moyen à celui de la fin ou, si l'on préfère, de créer un système de fins légitimant ou rendant pratiquement inévitable (rôle de la pression sociale) l'achat des biens offerts en tant que moyen de satisfaire ces fins. C'est en ce sens, je crois, qu'il faut interpréter le pouvoir attribué à la publicité de créer des besoins. Observons que c'est en s'élevant au niveau des fins que la publicité a chance d'agir sur tous les membres de la communauté (y compris ceux qui déclarent *a priori* en rejeter les suggestions). Il est aisé d'échapper aux incitations directes d'un message quelconque mais beaucoup moins facile de manquer aux règles du conformisme social.

Aujourd'hui la publicité a incontestablement mauvaise presse. Le courant hostile est si fort que les professionnels de la branche s'en émeuvent et, sans parler d'efforts de « moralisation » sur lesquels je reviendrai, effectuent, au moins en quelques pays, des campagnes pour améliorer l'image que le public se fait de leur métier (en somme, publicité pour la publicité). De toutes les attaques lancées au cours des dernières années, l'une des plus virulentes a été celle menée par Arnold Toynbee contre « Madison Avenue » dont il condamne les activités comme anti-chrétiennes (*un-Christian*) et fondamentalement anti-américaines (*un-American*). Les reproches articulés sont d'ailleurs classiques : notamment celui de consacrer beaucoup d'énergie à pousser les hommes à l'acquisition de biens dont, laissés à eux-mêmes, ils n'auraient même pas envisagé l'achat. Toynbee va jusqu'à dire que la lutte contre Madison Avenue a plus d'importance pour l'avenir de la civilisation américaine que celle engagée contre le communisme. L'alternative qu'il offre aux [p. 33] États-Unis est de sombrer dans le chaos le jour où cette stimulation artificielle de la demande cessera d'exercer une influence suffisante ou de trouver d'autres emplois à leur immense capacité de production (ainsi une aide massive aux pays sous-développés).

Un point me frappe dans les critiques de la publicité : promptes à mettre en cause l'action de celle-ci sur les mécanismes généraux de l'économie, elles sont nettement plus vagues ou se bornent à des lieux communs quand il s'agit d'individualiser les effets directs des campagnes publicitaires pour les firmes intéressées. C'est le problème bien connu des professionnels, du contrôle des effets de la publicité (problème que complique le fait que, durant ces campagnes, les autres facteurs demeurent rarement constants : ainsi lancement d'un effort publicitaire accompagné de modifications dans le produit). En somme, il ne serait pas inutile avant de procéder à une évaluation globale, d'examiner la capacité que la publicité donne aux vendeurs de faire la loi sur le marché. Les techniciens de la

tenus pour des *classless cars*). Mais cette transformation n'affecte pas la tendance au renouvellement rapide des voitures et à leur multiplication au sein de l'unité familiale.

publicité seraient-ils les magiciens dont la littérature pour grand public nous donne l'image ¹ ?

Il est peu douteux qu'une part notable des efforts engagés représentent un simple gaspillage dans la mesure où le message n'atteint pas ou ne touche que fragmentairement le public auquel il est destiné. Il est également certain que les campagnes connaissent parfois de vastes échecs (voir ainsi plusieurs fiascos au titre de l'industrie automobile des États-Unis et en particulier le succès imprévu des petites voitures européennes dont les acheteurs prirent, en cette occasion, le contre-pied des directives lancées par la publicité américaine). Il arrive aussi que la publicité, au lieu de créer un courant, se borne à suivre en les amplifiant des tendances spontanées du consommateur (par exemple préférence pour les conserves et les plats préparés qui diminuent la peine de la ménagère). Il est clair enfin que la publicité ne saurait s'opposer aux conséquences du progrès technique ou de l'enrichissement social (ainsi remettre à la mode les disques 78 tours ou développer la consommation de pommes de terre dans les pays riches). Toutes ces réserves faites, et on en pourrait présenter d'autres, je ne crois pas que, compte tenu des mobiles qui l'animent, le système capitaliste pourrait fonctionner correctement sans les services rendus sous leur forme actuelle par la publicité.

La remarque vaut particulièrement pour les firmes qui se proposent de conquérir une part de ce que les auteurs américains appellent le « pouvoir d'achat discrétionnaire », c'est-à-dire de ce qui reste au consommateur une fois satisfaits les besoins non compressibles (alimentation, habillement, logement). L'expérience française de ces dernières années [p. 34] nous a montré que le résultat de l'expansion économique est d'accroître, encore que de manière fort inégale selon les groupes sociaux, l'ampleur de ce pouvoir d'achat. Or, c'est dans ce secteur que le consommateur témoigne de la plus grande disponibilité, l'absence d'habitudes (assez fortes au contraire dans le domaine de la nourriture) rendant plus facile l'acceptation des symboles ou valeurs psychologiques que l'on tente de lier au produit.

Ceci admis, la publicité est également utile dans le secteur des besoins incompressibles, qu'elle contribue à implanter de nouvelles habitudes (ainsi conviction qu'ont désormais beaucoup de ménagères américaines de la nécessité d'un jus d'oranges fraîches au petit déjeuner) ou qu'elle accompagne en les développant les préférences manifestées par les clients (nouvelles formes de nourriture). Quant aux effets de la mode en matière d'habillement (accélération du renouvellement des garde-robes), ils sont trop connus pour exiger plus qu'une mention.

¹ Voir par exemple : BRUNEAU (P.), *Magiciens de la publicité*, Paris, 1956. Voir également les déclarations de l'un des hommes importants de la publicité américaine : OGILVY (D.), *Confessions of an Advertising Man*, Londres, 1964.

Au niveau de l'analyse microscopique, la publicité a souvent pour effet d'attacher le client à une marque (l'existence d'un prix élevé constituant en certains cas, ainsi produits de beauté de luxe, une sorte d'incitation à l'achat). À de multiples reprises, on a pu observer qu'un ralentissement de l'effort publicitaire s'accompagne d'une baisse des ventes : puissante dans l'immédiat, la publicité n'exerce que rarement des effets à long terme, l'apparition d'une publicité rivale accentuant cette propension à l'oubli de la persuasion ancienne.

Dans l'ensemble, les critiques de la publicité et notamment le reproche d'amoralisme qui lui est souvent fait, manquent de solidité quand leurs auteurs ne vont pas jusqu'à identifier la cause essentielle des pratiques contestées : l'abandon à des forces privées du soin de répartir les facteurs de production disponibles ou, en d'autres termes, de la mission de hiérarchiser les besoins. Il est banal de dire que la publicité provoque un sentiment d'insatisfaction en approfondissant l'écart entre niveau de vie obtenu et niveau de vie souhaité : mais ce sentiment qui est l'un des éléments de la croyance ouvrière en une paupérisation relative des travailleurs provoque le désir d'acheter les biens en cause et donc favorise l'expansion de l'activité économique. Dès le moment où l'on accepte la religion de la consommation privée — le bon citoyen étant selon un mot célèbre le bon consommateur — la dénonciation de la publicité manque singulièrement de cohérence.

Le projet de transformer la publicité en un système d'information objective des consommateurs, tout en conservant pour l'essentiel les règles du jeu capitaliste, est une simple utopie. On peut certes, et c'est une [p. 35] tentation louable, sanctionner des tromperies évidentes ou mettre fin à un certain charlatanisme. Mais là n'est pas le point essentiel qui reste l'affectation de ressources rares à des activités superflues, sinon nuisibles. Or de cette situation, c'est le régime économique, non la publicité, qui porte le poids principal. À ce titre il est absolument vain de reprocher à la publicité de contribuer à la frénésie de la consommation qui implique elle-même une sorte de fureur dans l'exploitation de ressources rares. Il est certes vrai qu'à l'heure actuelle nos sociétés ont propension à oublier le problème de l'approvisionnement des générations futures. Mais si la publicité amplifie ces tendances, c'est initialement la soif illimitée de l'argent (principal moteur de l'économie capitaliste) qui en porte la responsabilité.

Ajoutons qu'actuellement l'action des maisons de publicité est facilitée par diverses pratiques tendant à rendre les achats plus aisés et notamment le crédit à la consommation dont, après les États-Unis, l'Europe est en train de faire l'expérience à une large échelle — une expérience dont il convient de dire, dès le départ, qu'elle a des aspects fâcheux.

V. EXPANSION DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

[Retour à la table des matières](#)

Pendant longtemps cette forme de crédit, que l'on qualifie aussi de vente à tempérament, n'a tenu qu'une faible place dans l'économie française. La tendance s'est renversée à l'époque récente et ce genre de transactions a pris une expansion sensible. Selon les dernières statistiques disponibles, le total des opérations en cours au 30 juin 1963 s'établissait comme suit :

Crédit à l'équipement professionnel	2.428,1 millions
Crédit à l'équipement familial	1.140,3 »
Voitures particulières et engins à deux roues (neuf et occasion)	2.515 »
	6.083,4 millions

Si l'on tient compte des véhicules à usage professionnel, la part du secteur automobile dans le total est de 41%.

[p. 36] La progression a été rapide au cours des dernières années, comme le montre le tableau suivant :

Total des crédits en millions de francs

	1954	1960
Appareils de radio et T.V.....	19	224
Appareils électroménagers.....	58	310
Meubles.....	23	125
Automobiles.....	277	1.354

Cependant, la France, à l'instar d'ailleurs d'autres pays européens comme l'Allemagne et la Belgique, demeure encore très éloignée des États-Unis quant à l'emploi fait de cette formule.

Ces derniers constituent en effet le paradis du crédit à la consommation et, sans cesse, de nouvelles formes y sont expérimentées¹. Mentionnons par exemple les comptes junior ouverts aux garçons et filles de plus de 15 ans qui fréquentent des établissements d'enseignement secondaire sans que soit demandée la garantie des parents et sans même, en certains cas, que leur autorisation soit sollicitée. Signalons aussi le système des cartes de crédit qui permettent à leurs titulaires de se procurer une grande variété de services et de biens chez de nombreux commerçants sans

¹ On en trouvera une bonne analyse dans une brochure de l'O.E.C.E. SELIG (L.), *Le crédit à la consommation aux États-Unis*.

avoir à payer comptant chaque achat séparément (le règlement s'effectuant en une fois après encaissement du revenu mensuel). Actuellement le rapport américain entre le volume des remboursements et le montant du revenu disponible des particuliers serait de l'ordre de 13% ¹.

Favorable à l'expansion des affaires, ce crédit ne présenterait de sérieux dangers pour les producteurs que dans le cas d'une chute du niveau de l'emploi assez grave pour priver les débiteurs des ressources nécessaires à la couverture des échéances. Du point de vue des consommateurs, si l'on met à part divers abus sur lesquels je reviendrai, ce procédé comporte au moins de prime abord des avantages certains en permettant d'obtenir immédiatement un minimum de confort familial. Mais l'opération ne va pas sans contre partie dont l'essentiel tient à l'engagement qui, pour la durée du crédit, lie l'acheteur à son vendeur. Le premier, sur l'impulsion du second, peut être conduit à dépasser les limites d'un endettement raisonnable. De toute manière, il aliène pour l'avenir une partie de sa liberté de choix. Les Anglais utilisent l'expression *never-never* pour caractériser l'état d'esprit de l'acheteur naïf qui [p. 37] tend à s'imaginer que les traites acceptées ne viendront jamais à échéance. L'entreprise au contraire, sous réserve de n'avoir pas sous-estimé, dans ses calculs, le pourcentage (très petit en France semble-t-il) de traites impayées, n'a, du moins dans une conjoncture normale, d'autre souci que de se procurer de nouveaux clients.

Il me semble qu'une fois de plus l'opération, qui est exactement le contraire de l'épargne, entraîne finalement une plus grande contrainte pour le consommateur que pour le producteur. En tout cas, si elle permet aux ménages d'acquérir rapidement quelques éléments de confort matériel, la vente à tempérament est aussi la cause directe de nombreux soucis et de graves mécomptes.

*
* *
*

Dans sa phase actuelle, le régime capitaliste ou, ce qui revient au même, l'attribution à l'argent d'un rôle directeur dans la vie sociale, a suscité ou accentué des fléaux et des malaises collectifs dont bien peu sont en mesure d'apprécier l'ampleur totale (chaos urbain, criminalité ascendante, épuisement nerveux et expansion des maladies mentales, prime aux loisirs avilissants ou abêtissants...). D'immenses perspectives de développement culturel ont été gaspillées ou insuffisamment exploitées. Cependant, si l'on s'en tient au seul niveau des satisfactions matérielles, des résultats notables, dont la distribution reste très inégale, ont été acquis. Prise globalement, la situation de l'homme comme

¹ Voir à cet égard une étude publiée dans le *U.S. News and World Report*, 17 février 1964, pp. 50-52. « Is private debt too big ? » ; selon ce magazine, l'endettement privé pourrait causer de sérieux troubles si l'économie connaissait une dépression sérieuse (avec un total de chômeurs de l'ordre de 7 à 8 millions).

consommateur de biens et de services s'est améliorée. La diminution progressive de la part des dépenses de première nécessité dans les budgets familiaux en est un bon indicateur. Je ne crois pas que l'on puisse contester que les nouvelles méthodes commerciales, tout en suscitant de lourds gaspillages sociaux, ont joué un rôle dans ce perfectionnement.

Ceci admis, on doit observer que, réserve faite d'une action propre de la puissance publique, cette expansion du bien-être matériel collectif a trouvé son origine dans les impulsions et les projets des producteurs en quête de la maximisation du profit et décidés pour y parvenir à faire usage dans leur secteur des méthodes de la recherche scientifique. Tout s'est passé, tout se passe encore comme si le seul droit reconnu aux consommateurs était d'absorber sagement et à un rythme régulier les quantités supplémentaires de produits que des fabricants bien intentionnés à leur égard ne cessent d'accumuler. Certes, les exigences physiques et les structures mentales de l'homme imposent des contraintes aux producteurs. Mais ceux-ci exercent sur les consommateurs une influence bien [p. 38] plus forte que celle qu'ils en reçoivent : au sens technique du terme, il y a domination des seconds par les premiers. En acceptant les risques d'une formulation systématique je dirai que l'expression « consommateur-objet », même si elle néglige certaines facultés d'arbitrage globalement exercées par les détenteurs de revenus, traduit correctement la situation.

Aucun effort n'est épargné en tous cas pour consolider cet état de choses. L'introduction en Europe, à la suite des États-Unis, de la technique dite des « relations publiques »¹ en est un parfait exemple. On peut caractériser l'esprit sinon le contenu exact de cette technique en disant qu'elle a pour but « d'attirer à une entreprise ou à une collectivité la sympathie du public »². Il s'agit en réalité d'une nouvelle forme de persuasion dont le domaine, tout en étant beaucoup plus large que le secteur de la consommation (ainsi rapports de l'entreprise avec les pouvoirs publics, la presse, le personnel...), peut aussi concerner directement ou indirectement la clientèle. La S.N.C.F., la Régie Renault, de grandes entreprises commerciales, utilisent aujourd'hui sous une forme ou une autre la technique des « relations publiques » : et bien qu'elles ne soient pas exclusivement adressées aux clients, les informations, explicitement ou implicitement flatteuses, qui sont diffusées à ce titre, sont susceptibles d'accentuer le conditionnement des consommateurs du produit ou des usagers du service. Il en résulte inévitablement pour ceux-ci un nouveau facteur d'incitation à l'achat. Notons aussi une tendance

¹ En 1960, les entreprises américaines dépensaient déjà 2 milliards de dollars à ce titre (cette branche disposant d'un personnel expérimenté de l'ordre de 100 000 unités). D'après *Business Week* 2 juillet 1960 (numéro spécial sur les *public relations*).

² Selon VERDIER (R.), *Les relations publiques*, Information et action, Paris, 1959, p. 17. Cet ouvrage contient une bonne présentation du sujet. Voir aussi CHAUMELY (J.), HUISMAN (D.), *Les relations publiques*, Paris, 1962.

des affaires à intervenir au niveau de l'enseignement ménager par l'envoi aux écoles d'une documentation souvent bien faite mais toujours orientée.

Jusqu'à maintenant je me suis borné à mettre en lumière la subordination générale de la consommation à la production sans traiter des facilités d'exploitation des acheteurs par les vendeurs qui sont susceptibles d'en résulter. L'objet du prochain chapitre est de présenter un inventaire général de celles-ci.

[p. 39]

CHAPITRE II

FORMES DE L'EXPLOITATION DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

J'UTILISE ici le terme « exploitation » au sens de l'action d'abuser de quelqu'un à son propre avantage. L'abus peut émaner d'une personne ou de plusieurs, que celles-ci agissent de manière concertée ou simplement convergente. Quant à la victime de l'abus, ce sera tantôt un individu et tantôt une collectivité (rappel étant fait de la conception extensive du consommateur qui sert de base à ce livre).

L'acte d'abus résulte en bien des cas d'une délibération consciente aux conséquences prévisibles et effectivement prévues : il arrive aussi que les dommages trouvent leur origine dans une démarche dont, pour une raison ou l'autre, l'auteur n'était pas en mesure de prévoir ou, en tout cas, n'avait pas prévu les torts infligés à autrui. Comme en d'autres secteurs, la présence de la bonne foi est une question d'espèce.

Encore que je me sois efforcé de le rendre représentatif, le tableau dressé dans ce chapitre n'est pas exhaustif. Ces abus résultent de causes immédiates très diverses, parmi lesquelles le progrès technique occupe une place éminente. Pourtant, en regardant les choses de plus près, on s'aperçoit que, dans la moyenne des cas, la source commune de ces actes est la volonté de maximiser le profit — celle-ci conduisant par exemple à utiliser les perfectionnements techniques sans avoir effectué les vérifications ou pris les précautions indispensables à la santé du consommateur. On notera que la puissance publique, spécialement mais non exclusivement quand elle défend ses propres intérêts commerciaux (exploitations en régie), n'est pas exempte de conduites de cet ordre, pas plus, bien entendu, que les entreprises publiques constituées en organismes autonomes.

[p. 40] Aucun des dangers évoqués dans cette section ne doit être tenu pour fatal ou définitif. Toutefois l'esprit même de notre régime économique rend plus ou moins difficile selon les cas l'adoption de remèdes efficaces ¹.

I. DÉGRADATION DE L'ENVIRONNEMENT

[Retour à la table des matières](#)

Je signalerai en premier lieu le gaspillage des ressources rares qui, compte tenu de l'accroissement universel des effectifs humains, risque de valoir des difficultés supplémentaires aux générations futures. L'épuisement des sols et la destruction des forêts sont parmi les aspects les mieux connus de cette imprévoyance.

Aujourd'hui, le monde scientifique témoigne d'appréhensions particulières quant à l'alimentation en eau. Pour les hydrologues, il existe deux types de pénurie : celle qui ressort de la conformation même du monde ; celle qui résulte d'une mauvaise utilisation des ressources par l'homme et qui est fréquemment le résultat d'une absence de prévision. Des techniciens ne craignent pas d'affirmer que le problème de l'eau se pose à l'échelle mondiale et qu'il est susceptible de conditionner le développement de l'humanité ².

On comprend mieux que l'eau a le caractère d'un bien rare en considérant les quantités nécessaires à l'industrie (20 litres pour fabriquer un kilo de sucre, 200 pour un kilo d'acier, plusieurs centaines pour un kilo de rayonne). Des économies sont certainement possibles dans le cadre de la modernisation technique (la sidérurgie de Dunkerque devant utiliser beaucoup moins d'eau que les usines anciennes). Peu nombreuses sont désormais les grandes villes, surtout celles dotées d'une ceinture industrielle, pour lesquelles l'approvisionnement en eau ne suscite pas de préoccupations : Paris en tout cas qui consomme plus d'un million de m³ par jour n'y échappe pas.

Des actions s'ébauchent pour porter remède à la situation. L'Unesco prépare une décennie hydrologique internationale. En plusieurs pays, on s'efforce d'assurer le dessalement de l'eau marine (le coût de revient du produit obtenu à ce titre étant encore prohibitif). C'est notamment le cas aux États-Unis où des spécialistes estiment que des difficultés de ravitaillement sont à redouter durant les années 1970. En 1900, ce pays utilisait 8% de ses ressources en eau : en 1960, ce chiffre a

¹ Pour un exposé abondant plusieurs des problèmes signalés dans cette section, voir l'ouvrage, qui n'est pas sans imperfections, de HERBER (L.), *Our synthetic environment*, Londres, 1963. Voir aussi SCHWAB (G.), *La danse avec le diable*, traduit de l'allemand, Paris, 1963.

² Pour une bonne mise au point de ces problèmes, voir FURON (R.), *Le problème de l'eau dans le monde*, Paris, 1963.

atteint 60% [p. 41] et l'on estime que dès 1975 il s'élèvera à 88%. Un groupe d'experts réunis par l'Agence Internationale de l'Énergie Atomique (Vienne 23-24 septembre 1963) a recommandé l'étude de l'emploi des réacteurs nucléaires pour assurer le dessalement.

La France consomme actuellement 23 à 24 milliards de m³ par an (8 à 9 au titre de l'industrie, 10 pour l'agriculture (irrigation), 4 pour les besoins familiaux et le nettoyage de la voie publique, 1 pour la navigation). Réserve faite de pénuries locales (ainsi difficultés graves dans l'agglomération lilloise), les disponibilités globales permettent d'envisager l'avenir immédiat sans appréhension majeure. Cependant, les besoins paraissant appelés à doubler tous les 15 ans, une politique à long terme s'impose pour la détermination de laquelle il serait bon qu'intervint un Conseil Supérieur de l'Eau. On sait que l'État a décidé de réglementer plus strictement la consommation de l'eau (les autorités souhaitant en particulier disposer de pouvoirs étendus de répartition dans les régions à ressources insuffisantes).

Un aspect important de ce programme est la lutte contre la pollution des eaux ¹. La gravité de ce problème, directement lié au développement industriel, ne cesse de s'accroître, les mécanismes naturels d'épuration biologique ne parvenant pas, en bien des cas, à rétablir l'équilibre. On aura une idée des difficultés qu'il comporte en sachant que le coût de l'épuration de tous les cours d'eau français est estimé à environ 10 milliards. Une autre manière de saisir la complexité du problème est d'observer les controverses suscitées par le projet de l'Union Générale des Pétroles d'installer à la Brosse-Montceaux (près de Montereau), sur les bords de l'Yonne, une raffinerie d'une capacité annuelle de 2 millions de tonnes ². Sans entrer dans le fond du débat, observons que les intérêts de l'économie et de l'hygiène publique ne sont pas toujours compatibles.

Parmi les aspects les plus sérieux de ce problème, citons le déversement dans les lacs et cours d'eau de quantités considérables de substances nocives par suite de l'évacuation des eaux résiduaires (dont, pour prendre un exemple, le lac Léman absorbe chaque année plusieurs dizaines de millions de m³). Ces eaux usées charrient, en quantités toujours plus élevées, des résidus chimiques dont on ne connaît pas encore très bien les conséquences sur les êtres vivants et dont on n'est pas sûr que les traitements actuels d'épuration permettent de combattre tous les effets. L'un des éléments les plus sérieux de cette pollution est l'expansion des

¹ Pour une présentation générale voir : COLAS (R.), *La pollution des eaux*, Paris, 1962.

² Le problème est bien posé in *Le Monde*, 6 juin 1963, p. 15. Voir aussi *France-Observateur*, 18 juillet 1963, p. 15. Voir aussi in *Le Monde*, 19 février 1964, p. 16, les problèmes posés par le déversement des résidus des Mines de Potasse d'Alsace dans le Rhin dont la pollution semble avoir atteint le degré maximum acceptable. Rappel de la controverse à propos du déversement dans la Méditerranée des boues résiduaires (dites « boues rouges ») provenant du traitement de la bauxite.

détergents synthétiques qui, ayant commencé vers 1954 à remplacer le savon dans les usages ménagers, reçoivent actuellement de multiples applications dans l'industrie et l'agriculture.

[p. 42] Les gouvernements se préoccupent de ces dangers — voir, entre plusieurs autres, la législation britannique : The rivers (prevention of pollution) Act, 1961 — mais, en règle générale, ces dispositifs tendent à assurer une protection minimale et non optimale. Aux États-Unis des voix autorisées se demandent si les pouvoirs publics ne sont pas en train de perdre cette bataille ¹.

La pollution des eaux douces retentit directement sur l'alimentation en eau potable. Plusieurs textes récents (notamment décret du 1^{er} août 1961 et arrêté du 10 août, circulaire du 14 mars 1962) ont fixé dans le détail les caractéristiques chimiques et biologiques auxquelles doivent satisfaire ces eaux. Cependant, si l'on en croit des spécialistes, le contrôle de la qualité des eaux serait loin d'être assuré partout avec exactitude (n'oublions pas que 25 000 communes possèdent une adduction d'eau). Certaines expériences faites il y a quelques mois par l'Institut Pasteur sur l'eau distribuée à Paris donnent matière à réflexion.

Autre secteur de préoccupation : la pollution atmosphérique. En un sens, l'air est notre premier et principal bien de consommation (chacun de nous en respirant environ 15 kg par 24 heures). Réserve faite des explosions atomiques, il existe aujourd'hui trois grandes sources de pollution : les émanations industrielles (la seule exploitation du gaz de Lacq éliminant dans l'atmosphère 350 tonnes d'anhydride sulfureux par jour) ; les foyers domestiques et industriels ; la circulation automobile. Selon une estimation courante la première et la troisième de ces sources compteraient chacune pour 25% dans la pollution, la seconde représentant à elle seule 50% ².

Toutes les expériences faites montrent une augmentation de la toxicité de l'air. Une récente enquête du District de Paris a établi qu'il tombe chaque année sur la capitale 180 000 tonnes d'anhydride sulfureux auxquelles il faut ajouter cendres et poussières provenant d'installations vétustes : la zone de pollution parisienne serait large de 40 km de diamètre et haute de 500 à 2 000 mètres selon les circonstances. Ce n'est pas là une situation unique. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé la pollution atmosphérique constitue en Europe le plus éminent des périls du milieu ambiant : on peut y voir la cause de plusieurs affections évitables (une bonne demi-douzaine semble-t-il) et de morts prématurées : ainsi l'emphysème pulmonaire qui

¹ Selon le *New York Times* 16 mars 1963 : « U.S. is battling pollution ».

² Pour une bonne présentation générale, voir « La prévention et le contrôle de la pollution atmosphérique en France, en Grande-Bretagne et aux États-Unis », La Documentation française, *Notes et Études Documentaires*, n° 2851, 16 janvier 1962.

selon une enquête américaine aurait tué en 1959 huit hommes (mais seulement une femme) par 100 000 habitants ¹.

L'exploitation de l'énergie atomique constitue une nouvelle source de pollution. On sait que les explosions expérimentales, surtout thermo-[p. 43] nucléaires, dispersent des quantités considérables de radio-isotopes dont les plus dangereux sont le strontium 90 et le carbone 14. Encore que beaucoup moins graves, les conséquences des emplois pacifiques doivent aussi être prises en considération. Or, si des sommes considérables ont été consacrées à la recherche nucléaire, l'étude des conséquences sur l'homme de cette nouvelle source d'énergie n'a encore bénéficié que d'une attention très insuffisante. Nous demeurons mal renseignés sur l'effet physiologique des rayonnements, les doses maxima admissibles en radioéléments, les teneurs des aliments en radio-éléments artificiels. Le Service Central de Protection contre les Rayonnements Ionisants (Ministère de la Santé Publique) a entrepris en dehors des dosages de l'air et des eaux un certain contrôle de quelques aliments (lait et divers végétaux) : il est clair que de telles recherches doivent être développées à une large échelle.

La pollution atmosphérique est en effet une source de dangers qui n'épargne personne. Dans tous les pays économiquement développés, des mesures sont à l'étude pour renforcer et étendre les dispositifs de protection existants dont l'insuffisance est notoire. Cette action est d'autant plus souhaitable qu'en plusieurs secteurs au moins (ainsi élimination du benzopyrène auquel l'on attribue une action cancérogène), l'on dispose de moyens de lutte adéquats. Citons par exemple l'assainissement de la ville de Pittsburg sur laquelle en 1944 s'abattaient 400 tonnes de cendres au km² (remplacement des chaudières anciennes par de nouvelles et installation de dispositifs anti-fumées). De nombreuses recherches de laboratoire ont abouti à la découverte de techniques dont la mise en œuvre améliorerait l'air que nous respirons. Mais ces procédés coûtent cher et sont susceptibles de léser des intérêts économiques importants. S'agissant par exemple de la pollution créée par la circulation automobile, il ne semble pas que le problème puisse être résolu sans une réglementation de la construction des véhicules (ainsi, installation sur les voitures de série de dispositifs destinés à brûler l'oxyde de carbone des gaz d'échappement) ².

Sans consacrer à ce thème autant de place que le justifierait l'importance des problèmes en cause, je voudrais signaler la détérioration des paysages qui résulte d'un usage incontrôlé du sol par les firmes industrielles et commerciales. Il faudrait une longue étude simplement pour dresser une liste des atteintes ainsi portées à

¹ Selon un rapport présenté au Sénat des États-Unis, *New York Times*, 26 octobre 1963.

² Signalons que l'État de Californie dans lequel il circule environ 5 à 6 millions de voitures et de camions a pris une législation tendant à rendre obligatoire la pose sur chaque véhicule d'un équipement destiné à modérer rémission des matières polluantes (coût de cet équipement : 15 à 20 dollars).

notre commun patrimoine depuis les monstruosité architecturales qui déparent les lieux les plus chargés d'histoire ¹ jusqu'à la multiplication des messages publicitaires dans les plus beaux sites. Les ligues de protection de la nature — à l'œuvre desquelles le public ne rend pas suffisamment justice — luttent [p. 44] contre cette invasion montante de panneaux bigarrés qui compromettent la beauté des paysages : mais les autorités officielles ne sont pas toujours sensibles à de telles exhortations.

Bien d'autres dangers menacent nos sites et nos forêts comme le montrent en Grande-Bretagne les rapports de la National Park Commission (installations militaires, création d'autoroutes, passage de lignes de transport de courant électrique, etc.). De récentes déclarations du chef du National Park Service des États-Unis ne laissent pas de doutes sur l'universalité des ravages causés à notre environnement naturel par la civilisation industrielle ².

Les industriels commencent d'accorder une grande importance à l'esthétique des machines et des produits ³ : il serait souhaitable d'étendre cette propension à la construction des bâtiments eux-mêmes. Il n'est certainement pas impossible à notre époque de concilier la sauvegarde de la beauté des paysages et le souci d'accroître nos ressources matérielles.

Autre facteur néfaste à l'avantage collectif : le bruit. Il est à peine excessif d'avancer que la vie moderne se déroule « sous la dictature du bruit » ⁴ selon l'expression de R. Guardini qui ajoute, à juste titre, qu'il suffit d'une seule radio mal réglée pour désoler l'après-midi d'un dimanche. Or, en dehors de la gêne qu'il apporte à l'intellectuel, le bruit a des conséquences sociales fâcheuses comme l'établit sans équivoque, la vie dans les grands ensembles immobiliers. Ainsi que le note R. Kaës, le bruit « affecte le bonheur familial, le confort individuel, les relations du voisinage » ⁵ : il suffirait, selon lui, d'une véritable insonorisation des immeubles pour diminuer l'hostilité de beaucoup de logements collectifs. Enfin le bruit a des conséquences physiologiques auxquelles le corps médical porte une attention croissante (certitude qu'il en résulte des troubles neuro-végétatifs) ⁶. Récemment le Président de la Commission technique du bruit du Ministère de la Santé Publique, étudiant devant l'Académie de Médecine les problèmes actuels et futurs du bruit des aéroports civils, qualifiait de catastrophiques les conséquences sous cet angle de l'emploi des avions supersoniques.

¹ Voir : TUCCI (U.), « Les vandales de la Voie Appienne », *Preuves*, novembre 1954, pp. 46-53.

² In *U.S. News and World Report*, 13 août 1962, pp. 62-67.

³ Voir à cet égard : HUISMAN (D.), PATRIX (G.), *L'esthétique industrielle*, Paris 1961.

⁴ In *Témoignage Chrétien*, 8 août 1963, p. 8.

⁵ In *Vivre dans les grands ensembles*, Paris, 1963, p. 105.

⁶ Pour une présentation d'ensemble, voir : CHOCHOLLE (R.), *Le bruit*, Paris, 1960.

De nos jours, grâce aux perfectionnements techniques, il est possible d'engager une lutte efficace contre le bruit. Certes la multiplication des sources de bruit industriel et l'amplification de leur puissance compliquent les efforts entrepris en ce sens. Il faudra encore de nombreuses recherches par des équipes interdisciplinaires (physiologistes, hygiénistes, médecins, physiciens, architectes, ingénieurs ...) pour que l'on trouve des solutions efficaces à tous les problèmes posés. Mais déjà de sérieux [p. 45] résultats seraient atteints si l'on mettait en œuvre les techniques disponibles visant à réduire les bruits à la source, à les absorber et à éviter leur propagation. Le rapport que vient de publier en Grande-Bretagne le Committee on the Problem of Noise ¹ montre qu'il serait possible de rendre le pays plus calme et paisible si l'on adoptait des mesures réglementaires appropriées. Ici encore tout essai pour mettre fin à l'intolérable situation actuelle se heurte rapidement à des intérêts puissants et implique de grosses dépenses.

Le bruit n'est que l'un des aspects de ce monstrueux chaos urbain auquel conduit inévitablement l'octroi à la recherche du profit privé de la priorité sur le service de la collectivité. Le seul état de nos grandes villes constitue le plus terrible des réquisitoires que l'on pourrait prononcer contre l'anarchie libérale. Tous ceux qui ont analysé ce problème admettent que la réalisation d'une planification rigoureuse (qui englobe nécessairement l'agglomération urbaine et ses prolongements) est la seule voie disponible pour éviter les catastrophes. Mais chacun connaît l'ampleur et la variété des intérêts de toute nature (y compris ceux des collectivités locales acharnées à protéger des formules d'autonomie désuètes) qui s'opposent à l'adoption d'un tel dispositif.

Cette planification devrait porter sur l'habitat — étant observé que durant les prochaines décennies nos pays sont appelés à construire plus de maisons que dans l'histoire entière de l'humanité. Autre problème d'importance capitale : la circulation et les itinéraires de dégagement. On compte aujourd'hui dans le monde 145 millions de véhicules automobiles mais ce témoignage de vitalité industrielle, dont plusieurs aspects n'échappent pas à la critique, a créé des difficultés dont les autorités n'ont généralement pris conscience qu'après coup ². Or le problème s'aggrave d'un jour à l'autre (la capacité de production des usines du Marché Commun en 1965 pouvant atteindre 7 millions de véhicules). Ajoutons à ces difficultés la nécessité de bâtir au plus tôt un équipement collectif (culturel, sanitaire, sportif...) qui soit à la mesure

¹ H.M.S.O., Cmnd n° 2056.

² Sur ce problème voir le numéro spécial des *Cahiers de la République*, mai 1961. Pour un point de vue américain (celui du U.S. Public Roads Administrator) se reporter au U.S. *News and World Report*, 8 octobre 1962, pp. 64-69. Voir aussi les idées avancées par un savant britannique : MARGERISON (T.) in *Sunday Times* (Magazine section), 4 et 11 juin 1961. Selon un rapport présenté au 7^e Forum international routier de Hanovre (*Touring*, Berne, 6 février 1964) il y aurait en l'an 2000 sur le continent européen plus de 100 millions de voitures. Notons sans commentaires que, selon l'auteur, cette évolution, sous réserve de l'adoption de mesures adéquates, ne saurait entraîner de conséquences catastrophiques.

des besoins et des possibilités de notre époque. Les techniciens estiment que ces problèmes devraient avoir la priorité dans le V^e Plan du fait qu'au cours des prochaines années tout le surplus démographique français va se concentrer dans les villes.

Un groupe de 34 savants et experts réunis en Grèce au début de l'été 1963 est arrivé à la conclusion qu'à l'exclusion de la guerre, la crise de l'établissement urbain pourrait bientôt constituer la plus grave des menaces — plus terrible que la maladie et la faim — pesant sur le genre humain ¹. À l'unanimité, ils ont souligné l'existence d'un tragique conflit [p. 46] entre l'homme et son environnement technique ². Il semble bien qu'à cet égard notre plus grave handicap soit la rareté, sinon même l'absence, d'hommes capables d'embrasser la totalité des problèmes posés par la civilisation urbaine.

Observons pourtant qu'il reste à l'homme un espoir : la faculté qu'ouvrent la technologie et la planification urbaine de mobiliser les moyens matériels à une échelle encore jamais envisagée. Dès maintenant la rationalisation mathématique est applicable à de nombreux problèmes urbains (difficultés de la circulation automobile, localisation optimale des implantations industrielles, établissement général d'un plan d'urbanisme, réorganisation de l'équipement sanitaire et social... ³).

*
* *

Parmi les notions qui se dégagent de ce tableau rapide, deux me semblent mériter une mention particulière. Si le progrès technique par l'exploitation inconsidérée qui en a été faite nous vaut aujourd'hui tant de désavantages collectifs, ce même progrès nous garantit la faculté de remodeler notre environnement selon des critères favorables à l'homme. Parmi les forces hostiles à un tel effort ou simplement

¹ Selon *The Times*, 17 juillet 1963.

² Sans oublier les travaux de Lewis MUMFORD, on trouvera un bon exemple de ce conflit in GORDON (M.), *Sick cities : psychology and pathology of American urban life*, New York, 1963. Pour une vaste bibliographie de sociologie urbaine voir *Current Sociology*, 1955, n° 1 et n° 4. Consulter également l'important ouvrage de GOTTMANN (U.), *Megalopolis, The urbanized northeastern seaboard of the United States*, New York, 1961, ainsi que HIGBEE (E.), *The squeeze cities without space*, New York, 1960.

³ Signalons à cet égard les mesures révolutionnaires que vient de proposer en Grande-Bretagne le groupe chargé, sous la présidence du professeur Buchanan, d'étudier les problèmes du trafic automobile (*Traffic in towns*, H.M.S.O., 1963). L'aspect le plus frappant en est la reconstruction des villes sur trois étages (au sous-sol, un réseau de voies de grandes communications ; au niveau du sol, un système d'artères réservées au trafic local ; au dessus du sol, une zone résidentielle et commerciale exclusivement réservée aux piétons).

réticentes, on trouve — sans oublier la propension des firmes à rejeter sur la collectivité tout ce qui est extérieur au coût direct de production — certains groupes de consommateurs ou d'usagers (cas des automobilistes peu attentifs à l'encombrement des rues). Il ne faudra pas oublier ce dernier point à propos de la définition de l'intérêt commun des consommateurs.

II. ATTEINTES À LA SANTÉ

[Retour à la table des matières](#)

Certaines résultent d'un propos délibéré des producteurs ou commerçants dont le cas relève simplement de la juridiction pénale. En d'autres situations, les plus nombreuses dans les pays économiquement avancés, ces atteintes découlent d'ignorances ou de précipitation dans l'emploi des perfectionnements technologiques (chimie alimentaire). Ici encore il serait absurde de s'en prendre au progrès technique en tant que tel. Ce sont les conditions d'emploi des découvertes, et non celles-ci, qui sont à l'origine des dommages causés aux consommateurs. F. Custot [p. 47] nous donne la clé du problème quand il souligne le « retard énorme et croissant » entre la recherche appliquée à la protection du consommateur et celle qui permet le progrès de la production ¹.

Les matières plastiques dont on connaît le récent et brillant développement fournissent un bon exemple de cette tendance. Elles sont aujourd'hui de plus en plus utilisées en de nombreux domaines (emballage de denrées alimentaires, jouets d'enfants, tubes pour transfusions sanguines...). Soit le cas des emballages : on s'est aperçu, mais à l'usage, que certains de ces matériaux manquent de stabilité et sont susceptibles de céder aux aliments emballés (notamment matières grasses et produits riches en lipides) des traces de composants divers. Or ces substances, dont certaines ne sont pas encore identifiées en laboratoire, sans même parler des modifications dans l'odeur ou la saveur du produit qu'elles soient susceptibles de provoquer, peuvent exercer sur l'organisme du consommateur des effets nuisibles n'ayant pas fait l'objet d'études toxicologiques assez approfondies. Ces observations

¹ In *Le consommateur face au progrès technique* (Rapports présentés au Congrès de juin 1962 de la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation), p. 49. Custot fait sien ce jugement du docteur J. Trémolières qui situe admirablement le problème. « Il est frappant de constater l'extraordinaire disproportion entre l'importance des applications de la biologie pour mieux produire, mieux conserver, et l'état absolument rudimentaire de nos connaissances sur les effets sur l'homme des substances ainsi mises à sa disposition ». Pour une vue générale des problèmes de tous ordres (biologiques et sociaux) que pose l'alimentation, consulter : FERRANDO (R.), *Alimentation et équilibre biologique*, Paris, 1961 ; RICHET (Ch.), DELBARRE (F.), *L'insuffisance alimentaire*, Paris, 1950 ; LERY (F.), *L'alimentation*, Paris, 1962 (vulgarisation).

ont été formulées par une autorité indiscutable : le septième symposium sur les matières étrangères dans les aliments (Belgrade, octobre 1961). Le symposium a émis des vœux tendant au développement des recherches et au renforcement des réglementations.

On pourrait présenter des observations analogues à propos de l'emploi des détergents dont les praticiens de la santé admettent qu'ils sont susceptibles de provoquer divers accidents ¹. En réalité, les effets éventuels sur les cellules vivantes des substances tensio-actives suscitent des discussions entre spécialistes (liaison avec la pollution des eaux) mais, ici encore, le lancement du produit dans le public précède l'analyse approfondie de la toxicité — celle-ci exigeant à la fois des ressources financières et, surtout, un temps d'expérimentation assez long.

Depuis quelques années une attention grandissante est portée au problème des pesticides ou, comme certains préfèrent dire, des résidus d'insecticides ². Il s'agit des substances utilisées dans la lutte contre les parasites des cultures, des récoltes et des produits alimentaires (insectes, vers, champignons, microbes, rongeurs...). En France, le Ministère de l'Agriculture avait déjà homologué, au début de 1962, 4 000 spécialités antiparasitaires et il ne cesse de s'en créer de nouvelles. Or, en dépit des progrès réalisés dans la préparation des spécialités phyto-pharmaceutiques, il est très rare de disposer du pesticide idéal c'est-à-dire toxique pour le parasite, inoffensif pour les mammifères et surtout pour l'homme. Le risque pour les consommateurs est d'autant plus grand qu'il est pratiquement impossible de vérifier le respect par les agriculteurs des [p. 48] recommandations faites ou des réglementations prises (ainsi doses maximales admissibles ou encore réalisation du traitement à des époques assez éloignées de la récolte). De tels dangers ne sont pas imaginaires, certains insecticides hautement toxiques pouvant se concentrer dans les parties comestibles des végétaux.

À une époque récente, la question semble avoir suscité une vive émotion aux États-Unis ³. Selon un rapport des conseillers scientifiques de la Maison Blanche,

¹ Ces accidents sont énumérés dans une note de BLANPIN (Odette), publiée en supplément au n° 88 du *Bulletin de l'Ordre des Pharmaciens*.

² Le problème est clairement posé par GAUSSEL (A.) in « La peste soit des pesticides ? » *La Vie Collective*, novembre 1963, pp. 1537 et s.

³ En liaison avec la publication du livre de CARSON (Rachel) récemment traduit en français sous le titre *Printemps silencieux*, Paris, 1963. Comme tous les ouvrages destinés au grand public (*best sellers*) ce livre grossit les phénomènes : il en ressort un tableau effrayant et sur de nombreux points, excessif. Mais l'ouvrage a l'immense mérite d'avoir tiré de la pénombre des discussions techniques une question indiscutablement sérieuse. Notons sans insister que l'emploi de ces produits est susceptible de provoquer chez des espèces animales des mutations aux conséquences imprévisibles. Ainsi l'emploi d'insecticides provoque-t-il finalement des phénomènes de résistance chez des insectes dangereux pour la santé. Sur ces difficiles problèmes, voir l'ouvrage de vulgarisation de MILNE (L.), MILNE (M.), *L'équilibre de la nature*, Le drame éternel de la lutte pour la vie, traduit de l'américain, Paris, 1963 (spécialement chapitre XVII).

l'emploi des pesticides provoquerait chaque année dans ce pays 150 décès dont la plupart accidentels. Le rapport admet aussi que, sans entraîner la mort des espèces sauvages d'animaux, ces substances peuvent dans certaines conditions provoquer leur stérilité et déséquilibrer leur métabolisme. Ce texte a mécontenté l'industrie chimique qui en a contesté les fondements techniques. De son côté le gouvernement britannique a créé un comité consultatif sur les matières toxiques ou intoxicantes utilisées dans l'agriculture et la conservation de la nourriture. Une vingtaine de bestiaux ayant trouvé la mort dans des circonstances suspectes (probablement absorption de substances chimiques), les autorités ont interdit la vente de l'insecticide litigieux et envisagent actuellement la possibilité de nouvelles restrictions. Mais il a fallu cinq ans d'utilisation pour que l'on se rende compte des effets toxiques de cette substance. Ajoutons que le même gouvernement vient de soumettre à de très sérieuses restrictions l'emploi de trois autres pesticides jusqu'alors largement utilisés.

Dans ces conditions il semble que la seule voie raisonnable serait de rechercher, en y consacrant toutes les ressources nécessaires et tout le temps voulu, de nouveaux insecticides et de nouvelles méthodes de lutte qui soient efficaces contre les parasites et moins dangereuses pour l'homme. Une statistique de l'Organisation Mondiale de la Santé indique que la seule lutte contre le paludisme entraîne l'emploi d'insecticides dans les habitations de 612 millions de personnes. Personne ne conteste l'ampleur du nombre de vies humaines sauvées à ce titre, mais il serait peut-être possible, au prix d'un effort supplémentaire, d'obtenir les mêmes résultats tout en éliminant les séquelles dangereuses qui en résultent aujourd'hui. De la même manière, les pesticides ont permis de réaliser des accroissements spectaculaires de la production agricole et de réduire le nombre des travailleurs utilisés dans cette branche ¹ : le tout est de conserver ces avantages en éliminant les risques qui en sont actuellement la contrepartie.

Une autre grande source de préoccupation est la place de plus en plus grande que tient désormais l'industrie dans la préparation de la [p. 49] nourriture. En consacrant l'un de ses suppléments au thème « Food science and technology » le *Times* ² a correctement posé le problème. Le point extrême de cette évolution serait l'apparition d'une chimie alimentaire capable de créer des aliments synthétiques contenant, en proportions équilibrées, tous les ingrédients nécessaires au maintien de la vie. Des résultats ont déjà été obtenus notamment en Grande-Bretagne où ces recherches suscitent un vif intérêt. Mais, pour l'essentiel, l'effort de l'industrie porte encore sur l'élaboration et le conditionnement de produits habituels de l'agriculture et de la pêche.

¹ Voir à cet égard les déclarations faites par l'administrateur du U.S. Agricultural Research Service au U.S. *News and World Report*, 26 novembre 1962, pp. 86-94.

² Supplément au numéro du 18 septembre 1962.

Si l'on met à part les techniques de conservation par le froid qui ont fait d'énormes progrès au cours des dernières années (produits surgelés), le traitement par l'industrie des articles naturels prend des formes multiples dont l'industrie de la conserve est l'un des aspects les plus notables. Il arrive aussi que l'intervention industrielle se limite à fournir au producteur primaire un produit destiné à améliorer la conservation ou l'aspect du produit. Dans tous ces cas, un problème se pose : celui des dangers éventuels pour la santé du consommateur des substances étrangères volontairement ajoutées dans les aliments ou, plus brièvement, des additifs alimentaires dont un exemple simple est l'introduction d'acide borique dans le beurre fermier à titre de « conservateur ».

Selon le rapport du Comité mixte F.A.O./O.M.S. d'experts des additifs alimentaires¹, il existe quatre motifs techniques d'utilisation de telles substances : préservation des propriétés nutritives d'un aliment ; amélioration des qualités de conservation ou de stabilité des denrées alimentaires et, par conséquent, diminution des pertes ; augmentation de l'attrait des denrées alimentaires ; apport d'adjuvants nécessaires à l'industrie alimentaire pour fabriquer économiquement des denrées alimentaires d'une composition et d'une qualité constante. Notons en particulier le troisième motif qui est de donner aux aliments un aspect plus appétissant. On y parvient de multiples façons et notamment par l'emploi de colorants. Or cette coloration artificielle, que l'on réalise par des procédés divers, est l'un des aspects les plus volontiers critiqués de cette propension à ajouter aux aliments naturels des substances qui leur sont étrangères².

Il n'est pas contestable que ces pratiques comportent des dangers pour les consommateurs : ainsi quand les producteurs en font usage pour dissimuler les effets de techniques défectueuses de fabrication et de manipulation ou encore pour induire en erreur le client sur la qualité du produit. Il arrive aussi que ce traitement entraîne une diminution sensible de la valeur nutritive de l'aliment. Cependant le risque [p. 50] le plus grave est celui de la toxicité, éventuellement à long terme, des substances utilisées. Or, il n'est pas certain, et il est même peu probable, que les techniciens soient dès maintenant en mesure d'énoncer tous les effets que ces additifs sont susceptibles d'exercer sur les êtres humains.

Les spécialistes les plus autorisés en tout cas — par exemple le professeur R. Truhaut (Chaire de toxicologie à la Faculté de Pharmacie de Paris) — ne cessent de recommander une attitude de grande prudence dont le premier principe est l'adoption du système des « listes positives » (indication des substances autorisées,

¹ Le texte du rapport de ce Comité (réuni en décembre 1956) a été publié sous le titre *Principes généraux régissant l'emploi des additifs alimentaires* (Réunions de la F.A.O. sur la nutrition, rapport n° 15).

² Le Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches a publié sur ces délicats problèmes deux intéressantes notes de vulgarisation : *Colorants alimentaires* (juin 1960) et *Substances étrangères dans les aliments* (novembre 1960).

toutes les autres étant interdites). Certes des erreurs peuvent être commises (ainsi en France l'autorisation donnée jusqu'en 1959 d'administrer à des poussins des hormones synthétiques pour en faire des chapons artificiels : hormones que l'on tient aujourd'hui pour cancérigènes). Mais, surtout si l'on tient compte de la multiplication accélérée de substances chimiques, le système positif, adopté par la France à titre de principe, est bien préférable à celui des « listes négatives » (tout ce qui n'est pas interdit est autorisé).

Ces dangers soulignés, il n'y a aucune raison de se laisser prendre aux campagnes sur « la nourriture qui tue » (l'allongement constant de la durée moyenne de la vie, qu'un renforcement de l'hygiène sous toutes ses formes pourrait probablement accroître, apportant tout de même quelques apaisements à cet égard). Le souci d'éveiller la curiosité du lecteur par des titres à sensation suscite l'apparition périodique de pamphlets que ne rebutent pas les accusations gratuites et les contrevérités. En réalité, l'intervention de l'industrie dans le traitement de la nourriture comporte des avantages certains¹. Le point essentiel est de développer au maximum les recherches sur la nutrition en vue d'éviter le retard de l'analyse scientifique sur les applications pratiques. Il est aussi de renforcer considérablement les services de la répression des fraudes dont la réglementation des additifs alimentaires est un compartiment.

Bien entendu, ce jugement nuancé n'est pas applicable aux truquages grossiers de la nourriture qui, dans la très grande majorité des cas, sont l'œuvre non d'industriels ayant pignon sur rue mais de trafiquants d'arrière-boutiques ou de caves. Nous avons eu notre part d'aliments de cet ordre durant la grande pénurie des années de guerre mais le retour à une abondance relative comme aussi l'exercice d'une surveillance publique ont ramené ces pratiques à un rôle marginal. Tel n'a pas été le cas de l'Italie au cours de ces dernières années si du moins l'on prend en considération l'ampleur et la variété des tromperies découvertes par le gouvernement spécialement en 1962 et pour la qualification desquelles les Italiens disposent d'un riche vocabulaire (*sofisticazioni, adulterazioni, manipolazioni...*).

[p. 51] D'un dossier de presse très épais, voici quelques affaires significatives : utilisation, notamment à Rome, d'hyposulfite de sodium pour « rajeunir » la viande (neutraliser son odeur si elle n'est plus fraîche, attendrir des morceaux parfaitement durs à l'origine, lui conférer une couleur rose imitant l'aspect de la viande de veau ; écoulement à Naples de 300 000 litres de lait traités au petit lait, à l'eau et à la soude caustique ; mise en vente d'huile obtenue à partir de savon ou de graisse

¹ Ainsi que le marque le titre d'une brochure soviétique. VOLPER (L.), *L'industrie de l'abondance*, Essai sur l'industrie alimentaire soviétique, Moscou 1958. Sur l'état de cette branche en France, voir le *Rapport général de la Commission des Industries Agricoles et Alimentaires* (établi pour la préparation du IV^e Plan). Consulter également *Les conserves devant l'opinion et la recherche médicales* (ouvrage collectif), Paris, 1951.

prélevée dans les abattoirs sur des morceaux impropres à la consommation (les auteurs étant qualifiés de « pirates de l'alambic ») ; découverte à Milan de stocks de fromages contenant de la terre et des déchets de balayures ; fabrication de vin avec un sirop à base de sucre, d'acide citrique et de levure de bière ou encore à partir de figues sèches, de caroubes... ; confection de beurre chimique (*burro al cellophano*) par emploi de matières plastiques ; traitement de poulets au safran en vue de donner à leur chair une appétissante couleur jaune ; introduction dans le pain et les biscottes de substances interdites comme cancérogènes ... Toutes ces fraudes dont j'arrête l'énumération pour ne pas fatiguer le lecteur ont eu lieu dans le pays du « miracle économique ». Sans généraliser indûment, il faut admettre que ce sont là des signes graves d'immoralité sociale ¹.

Ces *sofisticazioni* résultaient de l'incurie d'une partie de la bureaucratie et aussi de l'état de grande pauvreté dans lequel se trouvent encore tant d'Italiens. Le gouvernement de *centrosinistra* présidé par M. A. Fanfani renforça la surveillance et fit adopter par les chambres de sévères mesures de répression ². Mais en un tel domaine, il ne suffit pas d'accumuler les textes pour régler les problèmes (spécialement au niveau des petites fraudes quotidiennes).

*
* *

Je voudrais présenter maintenant quelques remarques sur les produits pharmaceutiques dont on connaît la place grandissante qu'ils tiennent dans la lutte contre la maladie ou la douleur et l'importance qu'ils ont dans la dépense nationale (l'enquête du C.R.E.D.O.C. sur les revenus de 1956 ayant établi que la consommation de ces produits semble dépendre du revenu, de la catégorie sociale et aussi du milieu urbain ou rural) ³. En ce domaine, la science a réalisé des progrès considérables au cours des dernières décennies ⁴. Cependant, certains risques menacent encore la santé des consommateurs : l'absorption de médicaments dangereux et l'abus de produits pharmaceutiques.

¹ *Uomini come maiali*, titiait G. CORBI in *l'Espresso*, 30 septembre 1962, p. 3. Voir FRASCATI (G.), CASALE (F.), *Le frode alimentari*, Il nostro veleno quotidiano, Milan, 1962.

² On en trouvera le texte in BERRI (M.), CORMIO (B.), *Le frode alimentari* (2^e édition revue et corrigée), Milan, Giufre, 1963.

³ Voir aussi sur ce point la note de G. RÖSCH in *Consommation*, 1958, p. 3, pp. 87-94. La dernière recherche en date sur la consommation médicale (produits pharmaceutiques compris) est une enquête par sondage réalisée par le docteur Rösch et ses collaborateurs sous les auspices du C.R.E.D.O.C. On en trouvera les résultats in *Revue de la Sécurité Sociale*, juin 1962, pp. 23-44 et juillet-août 1962, pp. 26-76.

⁴ Comme le montre l'ouvrage de BURN (H.), *Drugs, medicines and man*, Londres, 1962. Voir aussi au plan de la vulgarisation : MEDICUS, *De la cortisone au bogomoletz*, Paris 1953.

[p. 52] Le premier de ces risques a été abondamment évoqué à propos d'une affaire aux conséquences tragiques et qui eût sur le plan mondial un retentissement exceptionnel : les malformations observées chez un nombre considérable de nouveaux-nés dont la mère avait, durant la grossesse, absorbé de la thalidomide. Ce médicament, présenté comme sédatif, avait été lancé sur le marché allemand et de là sur d'autres marchés à la suite de trois années de test sur des animaux et des humains. Il semblait posséder des propriétés remarquables (ainsi pas de création d'accoutumance) mais le contrôle avait porté sur la toxicité pour l'organisme humain sans s'attacher aux effets tératogènes possibles (éventualité d'une action nocive sur le fœtus). C'est évidemment ce décalage entre des effets immédiats favorables et des conséquences lointaines dramatiques qui impressionna le plus les profanes et provoqua chez les responsables de la santé humaine un examen de conscience sévère.

Selon les techniciens, plus de 90% des médicaments prescrits aujourd'hui étaient encore inconnus il y a une quinzaine d'années (près de 13 000 spécialités sont actuellement disponibles dans les pharmacies suisses). Alors qu'autrefois l'industrie pharmaceutique fabriquait ce qu'ordonnaient les médecins, désormais les seconds ordonnent ce que la première fabrique. Il en est résulté certes des conséquences heureuses pour le genre humain (en particulier contrôle de presque toutes les maladies infectieuses). D'un autre côté les nouvelles préparations sont soumises à des essais et tests de plusieurs ordres (vérification de l'activité biologique, de l'effet pharmacologique, de la teneur en poison...) à l'issue desquels une large partie est rejetée. Mais ces précautions, que complique l'abondance des nouveaux médicaments (dont plusieurs correspondant à des unités chimiques entièrement neuves) ne suffisent pas à garantir une sécurité absolue.

En premier lieu les essais sont principalement effectués sur des animaux : or l'on sait que bien des médicaments dangereux pour ceux-ci sont inoffensifs pour l'homme et vice-versa. Une fois ces tests effectués, les remèdes sont expérimentés sur des malades soumis à une surveillance rigoureuse les expérimentations sur l'homme soulevant, on s'en doute des problèmes exceptionnellement délicats¹. À supposer que les résultats ainsi obtenus soient pleinement satisfaisants, des conséquences fâcheuses peuvent néanmoins apparaître par la suite, les effets favorables tendant à se faire jour longtemps avant les effets négatifs. Enfin, et c'est le plus grave, il semble bien que dans l'état actuel des connaissances les spécialistes

¹ Voir sur ces problèmes : CHEYMOL (J.), *L'expert en matière d'essai de médicaments, son rôle et les limites de son pouvoir*, Chambre Syndicale Nationale des Fabricants de Produits Pharmaceutiques, s.d. Voir aussi *L'expérimentation humaine en médecine*, Paris, 1952 (réédition des *Cahiers Laennec* 1952 n^{os} 1 et 2).

n'aient pas la faculté de prévoir tous les effets susceptibles d'être déclenchés sur le corps humain ¹.

[p. 53] La protection du consommateur en ce domaine exige donc une double série de démarches qui, quoique étroitement liées, doivent être distinguées. La première est de renforcer les contrôles exercés par les services de la santé publique sur les médicaments proposés par l'industrie pharmaceutique. Cette surveillance varie d'un pays à l'autre ² et l'on ne saurait certes affirmer qu'elle est toujours mise en œuvre avec une vigilance suffisante ³. Bien des erreurs sont découvertes par la suite qu'un examen plus attentif aurait permis de déceler dès l'origine ⁴.

L'autre série de démarches, à long terme la seule définitivement valable, est de développer et d'étendre la recherche médicale qui, faute de moyens, a pris un retard considérable. À ce titre on ne peut qu'approuver la Société Française de Thérapeutique et de Pharmacodynamie d'avoir déposé le 5 novembre 1962 sur le

¹ Ces problèmes ont été bien posés dans *Le Monde* (n^{os} des 1^{er}, 2 et 3 novembre 1962) par le docteur ESCOFFIER-LAMBIOTTE, « Le drame de la thalidomide et ses conséquences ». Comme exemple de la difficulté de ces problèmes, je signalerai la violente dispute qui se déroule aux États-Unis au sujet des risques de thrombo-embolie que comporterait un médicament contraceptif (absorbé sous forme de pilules). Non seulement les fabricants et la Food and Drug Administration diffèrent d'avis, mais encore cette dernière est vivement attaquée, pour sa prudence excessive, par des médecins neutres et des statisticiens.

² On trouvera un exposé succinct des diverses réglementations nationales in *Distribution et commerce des préparations pharmaceutiques*, Aperçu de la législation actuelle, Genève, O.M.S. 1962. Pour le système français : COUSTOU (F.), *Le visa des spécialités pharmaceutiques*, Paris, 1963. Selon les techniciens, les exigences actuellement mises à l'octroi du visa assureraient aux consommateurs français la meilleure protection concevable. Cette délivrance est soumise à la réalisation de plusieurs séries d'expériences mais les expériences cliniques (même sur les animaux) ne peuvent intervenir qu'une fois effectuée l'analyse à la charge des pharmaciens toxicologues. Dès lors, les patients faisant l'objet d'essais expérimentaux réalisés avant l'octroi du visa, jouissent déjà d'une protection sérieuse.

³ Ici encore l'Italie offre un cas de légèreté sociale assez exceptionnel. Des journalistes présentèrent à des sommités médicales, sous le couvert d'une société fictive, deux médicaments imaginaires (amalgame d'ingrédients quelconques choisis au hasard dans un livre scientifique). Or ces sommités jouissant à Rome d'une position considérable (1 directeur d'hôpital, 2 médecins chefs et 2 assistants) n'hésitèrent pas à délivrer des attestations certifiant la vertu de ces produits pour le traitement des maladies de foie et des rhumatismes. Dès lors, les auteurs de cette farce étaient en mesure, sur la base des certificats fournis, de demander au Ministère de la santé la diffusion pour usage public de *medicinali inesistenti*. L'affaire qui eut un grand retentissement a été contée par ses auteurs : « Un giallo in farmacia », *Quattrosoldi*, décembre 1962, pp. 40-47 (avec photocopie des attestations reçues qui certifiaient en particulier un long usage par les hôpitaux).

⁴ On peut en rapprocher le problème des « erreurs » commises aux divers stades de l'élaboration pharmaceutique (de l'usine à l'officine). Voir sur ce difficile problème : PLUMEREAU (R.), *L'erreur en pharmacie*, Niort (Imprimerie Nouvelle) 1961. Autre question connexe : celle du rôle d'orientation sanitaire du pharmacien ou, en termes plus larges, celle de la responsabilité sociale et humaine du pharmacien qui, n'ayant pas le droit de juger des prescriptions du médecin, peut se trouver placé dans des situations délicates.

bureau du Ministère de la Santé Publique un vœu tendant à la création d'un Comité national chargé de la coordination des recherches sur les effets tératogènes des médicaments. De même les pharmaciens d'officine ont eu raison d'appuyer la campagne d'aide à la recherche médicale lancée par l'Association des Grandes Causes Nationales. Mais dans un pays comme la France, si l'aide privée peut constituer un appoint, c'est à l'État qu'il appartient de mobiliser les fonds nécessaires à cet effort qui devrait bénéficier d'un rang élevé sur la liste des priorités ¹.

Le second danger pour la santé est l'abus de spécialités pharmaceutiques — ce que l'on appelle parfois d'un terme un peu vulgaire mais suggestif la « pilulite » (ou « maladie médicamenteuse »). Cette tendance que l'on observe pour de multiples produits (développement récent des produits diététiques) est particulièrement marquée dans l'ordre des comprimés antalgiques et des pilules de toutes sortes (calmantes, tranquillisantes, excitantes, laxatives...) ². Au cours des dernières années la vague des « pilules du bonheur » a déferlé en plusieurs pays (États-Unis, Grande-Bretagne, Italie ... la France paraissant moins touchée). Or l'on admet qu'à la longue l'action de ces articles est néfaste et risque de provoquer des lésions irrémédiables.

Cette propension s'est considérablement développée en Suisse (spécialement, semble-t-il, dans les régions alémaniques) sans être d'ailleurs particulière à ce pays. On y consomme actuellement environ 50 tonnes par an de phénacétine, substance qui entre dans les comprimés les plus efficaces : selon des estimations officieuses il y aurait 20 000 intoxiqués de cette substance — 4% de la population adulte (dont les 4/5 seraient des femmes mariées exerçant une profession).

Devant la gravité de la situation qui a bien d'autres aspects (ainsi [p. 54] complications dues à l'utilisation abusive de la corticothérapie et méfaits entraînés par l'antibiothérapie, notamment dans l'ordre des troubles hépato-digestifs) un appel a été adressé à la population pour l'inviter à ne pas abuser des médicaments contre la douleur. Cet appel signé par le Service Fédéral de l'Hygiène Publique, les Départements sanitaires cantonaux, la Commission pour la mise en garde contre l'abus des analgésiques et diverses personnalités a précédé le lancement d'une campagne intensive et détaillée d'éducation du public. Notons que cet effort doit être financé par l'industrie pharmaceutique soucieuse d'empêcher le discrédit de ses produits.

¹ Signalons aussi la fondation, à l'initiative de l'industrie chimique suisse, d'une société européenne pour l'étude de la toxicité des médicaments (qui, en liaison avec les grandes sociétés scientifiques, les laboratoires universitaires et les cliniques hospitalières, se consacrera à l'analyse des effets secondaires constatés après l'emploi de certains médicaments).

² Pour une idée générale du problème, voir le petit ouvrage collectif de vulgarisation *Drogues et tranquillisants*, Tournai (Casterman) 1962.

On a constaté que l'un des milieux les plus propices à ces excès est celui des usines où le travailleur est rémunéré aux pièces. Ayant observé qu'elle travaille plus vite après avoir pris un comprimé, l'ouvrière y a recours de plus en plus fréquemment. Ces observations réduisent la portée des sarcasmes adressés à la thèse de la paupérisation relative, si du moins l'on prend en considération l'ensemble de la condition humaine des travailleurs.

*
* *

Les considérations déjà présentées au titre de l'environnement et de la santé permettent de comprendre l'existence de « maladies de société » ou « maladies de la civilisation » résultant de crises d'adaptation au milieu expérimental et artificiel dans lequel nous vivons : maladies de pollution, maladies d'épuisement, maladies de consommation (dus à la perturbation des équilibres du milieu naturel), maladies de perversion, maladies « thérapeutiques » (abus des remèdes)¹. Signalons aussi l'hypersensibilité aux nouveaux produits synthétiques, aux nouvelles teintures, aux tissus artificiels, aux plastiques, aux cuirs traités chimiquement, aux médicaments modernes. De multiples facteurs, sans oublier l'emploi des colorants dans les aliments, accroissent sans cesse cette hypersensibilité qui se concrétise par l'allergie. Une autre manière d'aborder le problème est de souligner les conséquences de la vie civilisée sur le caractère des maladies contemporaines².

Ce sont là des faits quotidiens que les laudateurs inconditionnels de la « civilisation tertiaire » ont tendance à oublier ou à minimiser. Je n'accorde aucun crédit aux racontars sur le « bon vieux temps » mais il faut admettre que nous sommes encore bien éloignés d'avoir construit une société harmonieuse et nous découvrons un peu plus chaque jour que le progrès technique n'a de sens qu'en fonction des structures et institutions sociales qui assurent sa mise en œuvre.

*
* *

¹ Voir : HUANT (E.), DUSSERT (A.), *Les maladies de notre société*, Paris 1961 ; PECH (J.-L.), *Menaces sur votre vie*, Paris, 1961 ; VACHET (P.), *Les maladies de la vie moderne*, Paris 1952 (s'étend en particulier sur les conséquences du bruit et de la pollution atmosphérique) ; ECK (M.), DUMORTIER (L.), SAULNIER (J.), *La santé d'aujourd'hui*, Paris, 1962 (collection du Centre d'Études Laennec).

² Voir sur ce point l'article de BAS (J.W.) in *Revue Anthropologique*, juillet 1956, pp. 75-85.

[p. 55] Je mentionnerai, en lui donnant un rang très élevé sur la liste des fléaux nationaux, le problème de l'alcoolisme ¹. Des organismes courageux, au premier rang desquels l'Institut National d'Études Démographiques, ayant dit sur la situation tout ce qu'il y a lieu d'en savoir il ne me semble pas utile d'insister une nouvelle fois sur cette question. Une large partie de la responsabilité de l'alcoolisation revient aux autorités politiques et spécialement aux assemblées parlementaires qui, harcelées et terrifiées par le lobby de l'alcool n'ont jamais su et voulu protéger les Français contre les excès de consommation en ce domaine. C'est à bon droit que l'on a pu parler des causes législatives de l'alcoolisme dans lequel les démographes voient l'un des facteurs essentiels de la surmortalité masculine qui affecte le pays. Péguy n'avait pas tort d'écrire qu'à la Chambre l'« empoisonnement alcoolique » a toujours cause gagnée (rôle capital joué à cet égard sous les III^e et IV^e Républiques par la Commission des boissons). Et, sous la V^e République, le privilège des bouilleurs de cru a constitué l'un des quelques problèmes sur lesquels le Parlement a osé tenir tête au Gouvernement.

Pour être pleinement efficace, la lutte contre l'alcoolisme devrait s'attaquer à ses causes sociales, en particulier le taudis et la détérioration des loisirs sous l'effet des préoccupations mercantiles. Cependant des organismes puissants ont désormais engagé la lutte contre les préjugés et les erreurs dont l'audience est si grande. Citons en particulier : le Haut Comité d'Études et d'Information sur l'Alcoolisme, le Comité National de Défense contre l'Alcoolisme, la Caisse Nationale de Sécurité Sociale, la Fédération Nationale des Organismes de Sécurité Sociale, l'Union Nationale des Caisses d'Allocations Familiales, le Centre National d'Éducation Sociale et Sanitaire. On peut seulement souhaiter que cette action, spécialement à l'égard des jeunes, soit amplifiée et intensifiée.

Actuellement l'opinion se préoccupe, et à très juste titre, des effets nocifs du tabac. Mais si graves puissent-ils être, les méfaits de ce produit ne sauraient être comparés à ceux provoqués par l'alcool (notamment sous l'angle des conséquences sociales et familiales). L'alcoolique invétéré représente pour son entourage direct et la communauté toute entière une somme de périls dont le fumeur n'apporte nullement l'équivalent. Ce ne sont pas en somme des fléaux du même ordre.

¹ Il suffit pour se convaincre de la réalité du péril de lire l'excellent petit livre de MALIGNAC (G.), *L'alcoolisme*, 3^e édition, Paris, 1962.

[p. 56]

III. EXAGÉRATION DES PRÉLÈVEMENTS MONÉTAIRES

[Retour à la table des matières](#)

Il est naturel et inévitable que les consommateurs acquittent le coût du produit acheté et des services de tous ordres incorporés : à ne pas le faire comme clients, ils auraient à le faire en tant que contribuables (cas des subventions destinées à maintenir un prix au-dessous du coût et inscrites au budget). Les régimes collectivistes eux-mêmes se sont rendu compte qu'entre le producteur et le consommateur final un secteur de la distribution doit nécessairement prendre place. Par contre, il est anormal que les consommateurs, dont la plupart, malgré le slogan de la société opulente, n'ont que de faibles ressources, soient exploités au titre des autres fonctions de la vie économique. Je voudrais dire en commençant qu'ils le sont pourtant à de nombreux égards.

Il est possible que des théoriciens économiques contestent ce point de départ en déclarant que le prix du marché est juste au sens où, s'établissant à la jonction des prétentions respectives des acheteurs et vendeurs, il traduit la tension existant entre les ressources et les besoins. Mais les travaux tant sociologiques qu'économiques sur les effets de domination montrent, sans équivoque, qu'entre la firme capitaliste qui manipule son offre et l'acheteur isolé qui veut satisfaire ses besoins, il existe un écart qualitatif de puissance impossible à combler. Dans cette perspective, on peut rejeter, comme l'expression d'un simple pharisaïsme, les thèses en provenance des États-Unis qui affirment que le désir de « servir » les clients est le mobile premier du secteur de la production-distribution. En réalité, le seul but des firmes privées a toujours été et reste de gagner le maximum d'argent, les résultats acquis par chaque branche ou unité dépendant de son aptitude à contrôler le marché. Et c'est de ce souci que le consommateur risque de faire les frais, perdant ainsi au bénéfice de plus forts ou de plus habiles, une fraction de son maigre pouvoir d'achat.

Il n'est aucun aspect de l'opération d'achat qui n'exige de l'acheteur voulant tirer le meilleur parti de son argent une grande vigilance. À commencer par le poids du produit, étant précisé qu'en plusieurs occasions les supercheries commises dans l'étiquetage des boîtes sont plus dangereuses que le traditionnel « coup de pouce » sur la balance. Ainsi la boîte d'olives sur laquelle figurent en gros caractère la mention « 1 kg brut » et en beaucoup plus petits, l'indication « poids net, 500 grammes ». Les ménagères modestes connaissent-elles toutes la différence entre le brut et le net ? La Commission Romande des Consommatrices, étudiant le marché des boîtes de haricots s'est aperçue que les boîtes de 1/1 ne [p. 57] contenaient en réalité qu'un faible poids de légumes égouttés, poids variable au surplus d'une marque à l'autre (entre 440 et 500 gr) pour des boîtes apparemment de contenance analogue.

De multiples exemples de cet ordre ont été signalés par les consommateurs à une commission d'enquête du Congrès Américain : le sénateur qui présidait ces *hearings* n'a pas craint de déclarer que de jour en jour le consommateur payait davantage pour n'obtenir que des quantités plus petites mais présentées dans des boîtes de plus en plus grandes ¹. L'emballage devient aussi un procédé privilégié de la tricherie commerciale ².

Autre mode de tromperie significatif : le coût exact des ventes à tempérament. Voici un exemple tiré d'une brochure de l'Union Fédérale de la Consommation ³. Soit un scooter dont le prix au comptant est de 1 600 F. Admettons que l'on propose les conditions suivantes d'achat à crédit premier versement de 400 F, 9 mensualités de 168,10 F chacune 12 F de frais de dossier. Il déboursa en tout 1 924,90 F, soit en apparence 20% de plus que si le paiement avait été fait comptant. En réalité, si l'on tient compte du premier versement, de la durée du crédit (9 mois) et de la réduction de la dette au fur et à mesure des mensualités, on arrive à un taux annuel de 64,98%.

Bien entendu, toutes les opérations sont bien loin de s'effectuer à des conditions aussi léonines. Il semble que, chez les grandes sociétés de financement, le taux atteint en matière d'équipement ménager soit de l'ordre de 18 à 19% (chiffre généralement plus fort pour l'automobile). Même si l'on admet le point de vue des sociétés qu'il s'agit là non du versement d'un intérêt, mais du paiement d'un service (couvrant en particulier les impôts et frais de gestion à la charge du donneur de crédit), ce sont là pour l'acheteur des frais relativement considérables. On mesure en tout cas le risque qui menace le client trop confiant et insuffisamment protégé vis-à-vis de commerçants peu scrupuleux (problème du démarchage à domicile qu'il serait souhaitable d'interdire et, au minimum de réglementer rigoureusement). On comprend aussi que les syndicats ouvriers favorables au départ à l'expérience marquent aujourd'hui de fortes réticences à son endroit.

Mentionnons aussi les risques de prélèvement abusif découlant de tromperies ou d'erreurs sur la qualité (dangers qu'aggrave la multiplication sans cesse croissante des produits). Le consommateur peut être lésé en raison de fraudes pures et simples du vendeur, susceptibles de faire l'objet de sanctions pénales en cas de découverte. Ainsi pour les tromperies sur la nature de la marchandise : mise en vente d'huile de tournesol sous la dénomination d'huile d'arachide ou offre de produits fa- [p. 58] briqués avec des matières autres que le nylon sous la dénomination de « mousse de nylon ». Ou encore tromperies sur la composition et la teneur en principes utiles (beurre contenant un excès d'eau). Sur de très nombreux points l'existence d'une

¹ *U.S. News and World Report*, 17 juillet 1961, p. 67.

² Voir la suggestive page consacrée aux emballages attrape-nigauds par le *Nouveau Candide*, n° du 23-30 janvier 1964, p. 17.

³ *Savoir acheter à crédit*, Paris, 1961, pp. 12-13.

réglementation publique détaillée constitue une sauvegarde pour l'acheteur encore que celui-ci n'ait pas toujours, en raison de l'insuffisance des moyens accordés à la répression des fraudes, la chance de bénéficier d'une telle protection.

Mais la réglementation ne couvre pas tout : ainsi en France les industries de la conserve ne sont-elles pas tenues d'indiquer en clair sur les boîtes la date de fabrication (système que les usines COOP ont volontairement décidé d'appliquer depuis l'année 1963). Au surplus, la réglementation peut parfois susciter des incertitudes ou des erreurs chez ceux qui n'en connaissent pas toutes les subtilités, c'est-à-dire l'écrasante majorité des consommateurs. Soit l'emploi du mot laine, qui, à l'instar de plusieurs autres (coton, soie...) est réglementé. Sous l'empire des textes anciens, on ne pouvait dire « pure laine » ou « tout laine » que si le pourcentage de cette matière dans l'objet était de 100% ; mais l'appellation « laine » ou « de laine » était autorisée si cette proportion atteignait au moins 75%. Cependant l'expression « couverture de laine » était permise pour un pourcentage de 66%. Si le vendeur connaît de telles particularités (modifiées par le décret n° 63-1075 du 25 octobre 1963), l'acheteur en est-il généralement informé ?

Il serait facile de multiplier de tels exemples. Un décret du 8 mai 1961 réglemente avec précision la dénomination des huiles d'olive en fonction de divers critères (dont le taux d'acidité). Pour les huiles extraites de l'olive, nous avons ainsi par ordre de qualité décroissante : huile d'olive « vierge extra » ou « extra fine », « vierge fine », « vierge courante », « pure »... Il est indubitable que ces règles tendent à protéger les acheteurs, mais celui-ci peut-il savoir par exemple que la différence entre « huile d'olive pure » et « huile d'olive » tient à ce que l'addition de colorants naturels est interdite pour la première et autorisée pour la seconde.

Je mentionnerai enfin le cas où la réglementation diffère de la définition ou conception populaire d'un produit. C'est ainsi, comme le note le Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches (document en date de mai 1962), que les cassoulets en conserve — tels que les règlements autorisent à les fabriquer — diffèrent sensiblement des cassoulets des livres de cuisine. Selon le Laboratoire dont l'examen a porté sur 22 marques, l'expression « haricots garnis » serait pour plusieurs d'entre elles plus exacte que celle de « cassoulet ».

[p. 59] Il faudrait un long exposé pour énumérer tous les procédés mis en œuvre pour spéculer sur la crédulité ou la naïveté du client. En voici un qui tend à se répandre : l'adjonction au produit acheté d'un petit cadeau n'ayant rien à voir avec l'article sur lequel porte la transaction. L'acheteur mal informé croit sincèrement qu'il s'agit d'un don : il n'en est évidemment rien, la valeur du présent étant incluse d'une façon ou d'une autre dans le prix de vente. C'est au total un simple attrape-nigaud. Encore que la question soit plus complexe, j'estime que la même qualification doit être appliquée aux ventes à primes : à supposer, ce qui est peu vraisemblable, que le coût des primes soit prélevé sur la marge de profit, l'acheteur se trouverait certainement mieux d'une baisse équivalente du prix. À ce titre la loi

française du 20 mars 1951 (renforcée par un décret du 5 août 1961), qui interdit la plupart de ces pratiques (très en honneur aux États-Unis) semble parfaitement raisonnable ¹.

Signalons enfin la tendance à diminuer la qualité des produits (spécialement sous l'angle de la durée d'usage) de manière à accélérer le renouvellement de la demande. En de nombreux cas, des producteurs évitent systématiquement de donner aux objets fabriqués la solidité qui permettrait une longue utilisation. Autrement dit, dans des cas de cet ordre, qui sont un aspect du gaspillage contemporain, la technique est volontairement mise au service d'un amoindrissement de la qualité. En quelques cas, de tels procédés ont fait l'objet de stipulations d'entente (cas des ampoules électriques en Grande-Bretagne), mais le plus souvent il s'agit soit de convergences tacites de firmes oligopolistiques soit de pratiques spontanées que l'on observe jusqu'au niveau de la réparation artisanale.

Cependant de tels problèmes ne sont que d'importance secondaire quand on aborde le problème du coût global de la distribution. Le public découvre périodiquement la question à travers l'écart entre les prix des produits agricoles à la production et à la consommation : aux deux bouts de la chaîne, on s'étonne que le prix des pêches quintuple entre le marché local et Paris. Ou encore l'on s'indigne qu'une baisse des cours à la production n'entraîne aucune diminution appréciable sur les transactions au détail ou même s'accompagne d'une hausse sur les marchés urbains. Mais il suffit de considérer les marges du commerce en matière de produits industriels pour s'apercevoir que le problème a une portée générale.

Il est très difficile de traiter correctement d'un tel problème en peu de mots. Cependant, il me paraît certain qu'une partie appréciable des [p. 60] charges supportées par le consommateur final n'est pas justifiée par l'importance et la qualité du service rendu. Les études effectuées sur les cas du marché de la viande ² ou des fruits et légumes ³ ont établi que le client subit le poids de modes de distribution archaïques dont le maintien permet la survivance d'intermédiaires totalement ou partiellement inutiles. Or ce ne sont pas des cas uniques et dès lors, pour raisonner sur le secteur agricole, l'idée qu'en modifiant les circuits, il serait possible d'avantager le producteur sans pénaliser le consommateur, loin d'être utopique, correspond à une exacte appréciation de la réalité. Quant au secteur

¹ On rétorquera peut-être que dans les régimes admettant la pratique du prix imposé la distribution de primes est le seul moyen d'accroître les avantages offerts aux clients. Ainsi en va-t-il aujourd'hui en Grande-Bretagne où se livre une « guerre des timbres commerciaux » : mais des économistes de ce pays estiment que la généralisation du procédé susciterait une hausse du coût de la vie d'environ 2,5%.

² Voir sur ce secteur le courageux petit ouvrage de BELLEVILLE (P.), *Vérités sur la viande*, Paris, 1961. Consulter également la série d'articles publiés dans *Direction*, janvier 1964, pp. 30-55, « Structures et réforme du marché de la viande ».

³ Consulter : BA (D.), *Le marché français des fruits et légumes*, Paris, 1954.

industriel, la volonté de plus en plus nette des intéressés de se combattre par d'autres moyens que la baisse des prix est en elle-même peu favorable à la diminution du coût de la distribution, cette propension pouvant au contraire en alourdir divers postes (expansion de la publicité, accroissement de la marge des détaillants pour qu'ils poussent la vente d'une marque de préférence aux autres...) ¹.

Un point ne peut manquer de frapper l'observateur du capitalisme contemporain : le souci de tenir les prix. Cette tendance est si forte que des organisations de producteurs, faisant profession de défendre le système de la concurrence comme facteur d'orientation du système économique — ce qui implique, me semble-t-il, le droit pour le commerçant de déterminer librement son prix — en arrivent à définir comme un acte de « concurrence déloyale » toute baisse de prix contraire aux prescriptions ou suggestions du fabricant. Selon eux, le législateur devrait sanctionner tout manquement aux règles du jeu capitaliste qui, dans son état actuel, donne une large priorité au maintien des situations acquises. On ne saurait en tout cas affirmer avec plus d'éclat que les producteurs s'estiment seuls en mesure de déterminer correctement ce qui est bon pour les consommateurs.

Il arrive certes que des *outsiders* passent outre à de telles consignes comme le montre le récent développement aux États-Unis des *discount houses* : magasins peu luxueux qui pratiquent une politique de prix « dramatiquement » bas grâce à une sévère compression des frais généraux. Ce genre de commerce repose sur deux règles dont chacune permet l'application de l'autre : accélérer la vitesse d'écoulement des stocks en se contentant d'une faible marge de bénéfice. On estime leur nombre aux États-Unis à 2 000 (réalisant un chiffre d'affaires global de 4 milliards de dollars). La formule tend actuellement à s'implanter, encore qu'à une faible échelle, en divers pays européens ².

L'un des obstacles au développement du *discount* est la pratique dite des prix imposés qui est en même temps un exemple typique de cette [p. 61] curieuse conception de la concurrence qui tient pour « déloyale » la compétition par les prix. On peut définir ce procédé comme la fixation par le fournisseur d'un produit ou service quelconque d'un prix minimum ou d'un prix déterminé que les commerçants sont tenus d'observer à la revente. Mais ce système qui concerne principalement les produits de marque ne peut fonctionner que si le fournisseur est en mesure

¹ On trouvera des réflexions et des informations intéressantes sur ces problèmes si importants pour le bien-être des couches modestes dans deux brochures (ronéographiées) du Mouvement de Libération Ouvrière : « Une puissance occulte : la Distribution », Études Ouvrières, n° 34, décembre 1958 et « À travers le maquis de la distribution », Études Ouvrières, n° 38, décembre 1959.

² Pour une récente analyse du problème, voir les actes d'un congrès organisé par l'Institut de Recherche fondé par la Fédération des Coopératives Migros (Suisse) en juillet 1962, Das Diskontheus, Eine neue Revolution im Einzelhandel ? Dusseldorf-Vienne, 1962.

d'obliger le détaillant à respecter les normes fixées. Il y parviendra notamment par le refus de livrer son produit aux récalcitrants — sanction évidemment grave s'il s'agit d'une marque de grande circulation. Or il faut savoir que plusieurs législations n'interdisent pas la pratique des prix imposés et dès lors tiennent pour licite le procédé du refus de vente qui la sanctionne.

Ce n'est plus désormais le cas en France, la première brèche à ce dispositif ayant été la loi du 18 juillet 1952 prise sur l'impulsion personnelle de M. A. Pinay, alors Président du Conseil. Le dernier instrument en date est une circulaire relative à l'interdiction des pratiques commerciales restreignant la concurrence (connue sous le nom de « circulaire Fontanet »¹. Ce n'est pas le lieu d'étudier les pressions considérables qui s'exercèrent pour obtenir le démantèlement de cet instrument de protection des consommateurs ni les combats judiciaires qui furent engagés pour en réduire la portée. L'essentiel du système a pu être maintenu, quelques dérogations ayant été accordées à un tout petit nombre d'entreprises (principalement pour des articles de parfumerie).

Le système des prix imposés a des défenseurs qui ne se recrutent pas tous dans le camp des producteurs. Parmi les arguments favorables au système sous l'angle des consommateurs, on souligne qu'il fixe une limite aux prétentions des commerçants et améliore la fourniture du service après vente. Mais à l'inverse, il oblige le commerçant à vendre plus cher qu'il peut ne le désirer (ou à procéder par remises non affichées) et il contraint le consommateur à accepter l'inclusion dans le prix de frais relatifs à des services dont il préférerait peut-être se passer. Sans revenir ici sur des arguments cent fois débattus, je dirai que ce système, fondamentalement conçu dans l'intérêt des producteurs et des commerçants, ne saurait valoir aux clients que des avantages épisodiques ou indirects². Sa totale

¹ Pour une claire analyse de cette réglementation voir « La Charte de la distribution », Bulletin d'Information du Bureau d'Études Économiques et Sociales (C.G.T.-F.O.), n° 17, 10 juillet 1961. Voir aussi CASEL (J.), *Refus de vente, clauses d'exclusivité, contrat de concession*, Paris, 1960.

² Les producteurs et leurs porte-parole n'hésitent pas il est vrai à présenter ce système comme avantageux pour le consommateur. Sans argumenter au fond, l'insistance des affaires pour obtenir le maintien ou la reconstitution d'un tel procédé suffirait à jeter le doute sur la validité de cette présentation dont un bon spécimen figure dans *Entreprise*, 15 février 1964, pp. 77-81, « Promouvoir les marques de producteurs pour mettre fin au désordre du marché ». C'est toujours le souci d'échapper à la concurrence par le recours au dirigisme privé. Après bien d'autres, le gouvernement de Sir Alec Douglas-Home a choisi de procéder à la suppression de cette pratique (*resale price maintenance*), la réglementation envisagée prévoyant expressément la possibilité de dérogations. Cette décision a suscité aussi bien dans les milieux du commerce (spécialement petits détaillants) qu'au sein du groupe parlementaire conservateur une opposition d'une grande violence qui va jusqu'à la rébellion ouverte. L'essentiel de l'argumentation des adversaires du projet porte sur la nécessité de soutenir le petit commerce dans sa lutte contre les formes modernes de la distribution (le « prix imposé » étant favorable au premier au sens où il empêche les secondes de vendre à des prix plus bas).

suppression me semble correspondre, du moins dans les structures du marché capitaliste, à l'intérêt des consommateurs ¹.

Je n'ai aucune admiration pour le régime de la concurrence auquel nous sommes redevables de tant d'injustices sociales et de gaspillages économiques. Il est clair que les guerres de prix sont susceptibles de dé-[p. 62] sorganiser au moins provisoirement certains marchés. Les techniques de vente agressive pratiquée par les *discount houses* présentent divers inconvénients (dont une tendance à « écrémer » le marché en se limitant à des produits de grande consommation relevant, autant que possible, de marques connues). Mais ces inconvénients sont, économiquement et moralement, inférieurs à ceux du dirigisme professionnel ou privé, c'est-à-dire de cet ensemble de démarches par lesquelles les firmes, agissant à l'abri de tout contrôle public, se partagent comme une chasse gardée une masse de consommateurs que l'on s'efforce de mettre en condition par un effort publicitaire approprié. Dans la mesure où les affaires se réclament de la liberté et de la concurrence, il ne me paraît pas excessif d'exiger d'elles qu'elles jouent, au moins approximativement, le jeu qui doit en résulter.

Toutefois, sans contester que la suppression des pratiques commerciales restrictives ou, au moins, leur mise sous le contrôle des pouvoirs publics puisse valoir quelques avantages aux consommateurs, je ne me hasarderais pas à attribuer à l'événement une importance décisive. Car si ces dispositifs tendent à modifier les pratiques, ils laissent subsister les structures qui leur servaient de support et il est fréquent qu'assez vite des parades efficaces aux mesures gouvernementales soient trouvées par les intéressés. C'est d'ailleurs là le piège de tous les débats sur l'ampleur du coût de la distribution. Si l'on tient pour globalement intangible la structure de la distribution, alors il est clair que les bénéfices à attendre d'une rationalisation éventuelle ne peut être que limités (rationalisation dont certaines habitudes de facilité des consommateurs qui leur coûtent cher — ainsi crédit obtenu chez le petit commerçant — entraveraient de toute manière la réalisation).

Au total, il ne serait ni raisonnable ni juste de faire fi des intentions réformistes — dont la circulaire Fontanet, qui reste l'un des efforts les plus importants accomplis en faveur de consommateurs au cours des dernières années, constitue un excellent exemple. Mais dans la mesure où ces dispositifs ne touchent pas aux fondements de l'ordre capitaliste l'appareil de production-distribution arrive généralement assez vite à en amoindrir, voire à en annuler, les conséquences. On ne saurait par exemple écrire que la circulaire Fontanet, malgré le courage de celui qui lui donna son nom, ait substantiellement transformé la situation du consommateur français ou ait réduit l'ampleur des prélèvements commerciaux.

¹ Pour une bonne étude du problème, exposant tous les arguments en présence, voir GAMMALGAARD (S.), *Le système des prix imposés*, Paris, O.E.C.E., 1958.

Deux grands facteurs m'inclinent à une telle opinion : le niveau de concentration économique-financière réalisée dans nos économies et la [p. 63] puissance politique des producteurs grands et petits en tant que force de pression. Il me paraît utile de caractériser rapidement ces deux tendances car j'y vois finalement l'élément susceptible de consolider l'exploitation des consommateurs en dépit des dispositions adoptées pour les défendre.

Les pratiques commerciales restrictives ne sont qu'un aspect, et sans aucun doute pas le plus important, du tissu de relations et du système d'actions concertées qui caractérisent aujourd'hui les économies capitalistes avancées (que l'on continue, par une plaisante antiphrase, d'appeler concurrentielles). Je sais bien qu'il y a dans presque tous ces pays des législations dites « anti-trust » dont le modèle reste celle des États-Unis et dont l'objectif déclaré est de lutter contre les restrictions à la concurrence à tous les niveaux de l'appareil économique ¹.

Ces dispositifs sont plus ou moins sévères et font l'objet d'applications plus ou moins rigoureuses (les ententes condamnées ayant tendance à se réfugier dans une sorte de clandestinité) ², Aucun système, y compris l'américain, n'a empêché que les secteurs vitaux de l'économie soient dominés par quelques firmes géantes qui n'ont généralement pas besoin d'une entente pour réaliser des actions concertées ou convergentes. C'est qu'en principe ces législations ne touchent pas à la concentration financière ou n'y touchent qu'exceptionnellement. Il arrive ainsi aux États-Unis que certaines grosses entreprises reçoivent quelques « égratignures » d'Administrations soucieuses de prendre quelque distance, fort peu en général, vis-à-vis des grandes affaires : toutefois il est très douteux que la puissance économique du *big business* risque d'être gravement affectée par de telles démarches. Dès lors on peut n'attribuer qu'une portée restreinte à un dispositif tendant à « moraliser » la pratique des soldes dans les magasins (voir, pour la France, le décret du 26 novembre 1962) ou à réglementer les ventes à primes quand les leviers de commande se trouvent aux mains d'une poignée d'hommes (qui sont ainsi en mesure d'orienter les secteurs essentiels de l'économie, selon des considérations de rentabilité privée et non en fonction de la recherche de l'avantage collectif).

Ma seconde réserve tient à la puissance politique des producteurs organisés en associations vis-à-vis desquelles les groupements de consommateurs n'ont jamais

¹ Pour une première et très claire initiation, voir FRANCK (L.), *La libre concurrence*, Paris, 1963. L'O.E.C.E. a publié en février 1960 deux forts volumes intitulés *Guide to legislation on restrictive business practices : Europe and North-America*.

² Il suffit de lire les rapports de la Commission Technique des Ententes qui fonctionne depuis 10 ans pour se rendre compte de la faible portée de tels dispositifs. Dans le dernier en date qui porte sur les années 1960-62 (J.O. du 7 février 1964) la Commission se plaint en somme de n'avoir pas beaucoup d'occasions d'exercer son activité. Émise à une époque où la concentration économique-financière ne cesse de s'amplifier l'observation est surprenante. Reste il est vrai l'action éventuelle de la Commission de la C.E.E. : nous en reparlerons (chapitre XIV).

fait et ne feront jamais le poids, dans l'état actuel des relations socio-économiques. Or les autorités publiques généralement assez perméables aux demandes de ces groupes — les parlementaires sensibles aux démarches des « petits », les administrations, spécialement les verticales, attentives aux points de vue des « gros » — [p. 64] ont, au fil des années, contribué à renforcer la position des producteurs en instituant des dispositifs de protection ou de sauvegarde dont le démantèlement ou simplement l'atténuation soulève des difficultés politiques très difficilement surmontables. Pensons par exemple à la propriété commerciale qui grève les acquéreurs de fonds de lourdes charges dont il faut bien que, d'une manière ou d'une autre, les commerçants se rattrapent sur les clients ¹. Considérons aussi la réglementation, à plusieurs égards archaïques de diverses professions de l'ordre judiciaire (notaires, avoués...) dont les usagers sont conduits à des débours qu'une organisation plus moderne et fondée sur la notion de « service public » permettrait de réduire. Enfin n'oublions pas l'insuffisance de l'information économique donnée aux hommes comme citoyens ou comme consommateurs (insuffisance, également marquée dans les deux cas, qui est l'une des conséquences de ce parti pris de secret si favorable au maintien des abus).

Au total deux grandes séries de dangers menacent le consommateur et pèsent sur son pouvoir d'achat : le premier est la persistance, avec le secours des autorités publiques et du dirigisme privé, de structures commerciales archaïques ; le second est l'utilisation des méthodes modernes de la distribution pour assurer la consolidation et, si possible, l'expansion du capitalisme financier. En principe le passage de la boutique au supermarché devrait entraîner une baisse sensible du coût de la distribution : l'expérience établit pourtant que sous l'angle financier le consommateur n'est jamais l'unique et n'est que rarement le principal bénéficiaire de telles opérations. Encore une fois la responsabilité en revient non au procédé technique mais à ses conditions d'emploi.

IV. SPÉCULATION FONCIÈRE

[Retour à la table des matières](#)

La plupart des Français conviendront volontiers que dans la société française contemporaine la fourniture de la « marchandise-logement » ou si l'on préfère du « service-logement » entraîne de nombreux mécomptes pour les consommateurs et leur vaut, malgré tant de dispositifs de sauvegarde, de nombreuses occasions d'être

¹ Voir à ce propos les données présentées par le Ministère des Finances in *Statistiques et Études Financières*, novembre 1962, 167 suppléments (« Les mutations de fonds de commerce et de clientèle en 1960 »).

exploités. Le point n'ouvre guère matière à contestation mais il ne faudrait pas croire pour autant que dans les autres pays (y compris ceux où en apparence la situation du logement apparaît plus saine) les locataires sont préservés de toute exploitation (faculté laissée aux propriétaires en tant de pays de profiter d'une pénurie relative des locaux d'habitation pour élever les loyers et, pire encore, d'expulser à leur guise les familles occupantes). À Stockholm, il y a aujourd'hui 120 000 demandes non satisfaites et un nouveau ménage ne peut avoir l'espoir d'obtenir un appartement avant cinq ans ¹.

Je n'insisterai pas ici sur la crise du logement, qui frappe très inégalement les divers groupes sociaux ². Globalement le logement demeure rare, constituant un bien généralement vieilli (six logements sur dix datent d'avant 1914) et très souvent peu confortable (un logement sur trois ayant un équipement sanitaire normal). Les constructions neuves — réalisées en une large mesure avec des concours de l'État ou à partir de fonds publics — ne suffisent pas à donner au marché l'élasticité indispensable : en particulier la construction d'H.L.M. locatives reste notoirement insuffisante alors que les besoins s'accroissent (familles populaires, rapatriés d'Afrique du Nord, migrations urbaines...). Sur tous les plans, l'avenir des non-logés et des mal logés reste précaire. Or, sans contester les efforts accomplis à ce titre par les autorités publiques, l'on ne saurait dire que le problème du logement bénéficie aujourd'hui de la haute priorité qui devrait être la sienne.

Qu'un pays disposant des ressources matérielles qui sont celles de la France ne parvienne pas à garantir à tous une habitation décente implique l'existence de vices fondamentaux dans l'affectation des ressources rares (poids des dépenses d'armement et des subventions improductives). Il est d'usage à cet égard d'incriminer la politique de facilité suivie depuis la fin de la première guerre mondiale : en somme les Français souffriraient de n'avoir pas voulu payer à son coût la marchandise ou le service-logement et dès lors il suffirait de « rentabiliser » la construction pour que d'ici 15 à 20 ans les difficultés présentes soient aplanies. Cette manière de généraliser les responsabilités permet de brouiller les cartes. Il est évident que toute augmentation notable du loyer en valeur absolue aurait contraint

¹ Je laisse de côté les formes pathologiques d'exploitation comme le *racket* pratiqué dans des quartiers populaires de Londres par des individus du calibre Rachman. L'une des formes principales de l'opération était de chasser les locataires protégés par la loi en vue de relouer les locaux abandonnés à un tarif bien supérieur. Parmi les moyens utilisés, citons l'introduction d'hommes de couleur chargés de faire un vacarme, éventuellement musical, qui rende intolérable le maintien dans les lieux.

² On trouvera bien des éléments utiles à cet égard in ANOUIL (C.), *Les secrets du logement*, Paris, 1961. Mais le document fondamental reste l'enquête par sondage réalisée en mars-avril 1961 auprès de quinze mille ménages représentatifs de la population non agricole par l'I.N.S.E.E., le C.R.E.D.O.C. et le Ministère de la Construction. Les résultats, qui n'ont pas fait l'objet d'une publication unique, ont été présentés in *Consommation*, juillet-septembre 1962 ; *Études et Conjoncture*, octobre 1962 *Bulletin Statistique du Ministère de la Construction*, septembre 1962.

les producteurs, et spécialement les industriels, à majorer d'autant les rémunérations des travailleurs. Les premiers ont dès lors trouvé des avantages dans une situation dont seuls les seconds devaient finalement pâtir. Sous des réserves que je présenterai plus tard, il est clair que les Français ont contracté en ce domaine des habitudes contestables : mais la classe dirigeante n'a pendant longtemps rien fait pour y porter remède.

Aujourd'hui l'un des aspects fondamentaux du problème est la spéculation foncière et immobilière dont l'expansion, sans cesse croissante, constitue en termes d'intérêt national un scandale et une tragédie. Certes, tout ce qu'il y a d'essentiel à dire a déjà été dit par Zola dans *La curée*. Et pourtant l'ampleur des gains réalisés à ce titre aux dépens de la collectivité ne peut manquer de toucher l'observateur le plus endurci. C'est que la spéculation sur le prix des terrains représente le type pur de l'opération parasitaire. Elle bat son plein aujourd'hui, favorisée par la croissance des villes : la Bourse même en subit une désaffection, les plus-values que le simple achat d'un terrain ou d'un appartement procure à son acquéreur dépassant et de loin le produit des spéculations boursières¹. Disons tout de suite que, même s'il y est très lourd, le phénomène n'est pas propre à la France : il préoccupe aujourd'hui, pour ne citer que quelques exemples, les travaillistes britanniques qui, par la voix de leur leader H. Wilson dénoncent le *land-racket*, les milieux de gauche italiens² et l'Histadrout israélienne qui, en août 1963, réclamait du gouvernement l'adoption de mesures énergiques pour stopper cette spéculation³.

Parmi les voisins de la France, la Suisse est l'un des pays où la spéculation foncière et immobilière se développe avec une vigueur particulière. Voici l'un des aspects les plus notables de ce mouvement : achat par le groupe intéressé d'un immeuble relativement ancien (30 à 50 ans par exemple) d'une solidité et d'un confort encore satisfaisants mais soumis à un contrôle des loyers ; démolition et

¹ Citons à cet égard *Entreprise* (25 septembre 1961, p. 19) : « ...Entre 1939 et 1960 l'indice de la construction est passé de 1 à 30, celui du prix des terrains de 1 à 300. En sept ans, de 1954 à 1961, les terrains situés dans le périmètre de la Défense sont passés de 5 000 à 100 000 anciens francs ... Dans les grandes agglomérations, on voit arriver le moment où le terrain reviendra plus cher que la construction elle-même ». Il y a plusieurs années, le directeur de l'office d'H.L.M. de la capitale soulignait la « hausse insensée des terrains H.L.M. » qu'entraîne à Paris la spéculation foncière et dont les contribuables font les frais, *Le Monde*, 29 décembre 1960. Selon des calculs du Centre d'Information et de Documentation sur le Bâtiment, le prix moyen des terrains libres dans le XVI^e arrondissement aurait été multiplié par 530 entre 1939 et 1962.

² De ce point de vue le « boom » *edilizio* de Milan offre un exemple saisissant de spéculation. Parlant des groupes spéculateurs, A. GRECO déclarait dans *Il Giorno* (30 août 1962) « Hanno comprato Milano e adesso la rivendono ». Ayant observé ces opérations sur place, je tiens pour véridique le jugement de Greco.

³ *Le U.S. News and World Report* lui-même se demande « Why the price of land is soaring », 17 février 1964, pp. 72-74. Voir à la suite (pp. 74-75) quelques observations sur l'« amazing land boom abroad ».

reconstruction à sa place d'un bloc plus élevé dont les loyers sont libres. Bien entendu l'achat s'effectue à des conditions très coûteuses dont les nouveaux locataires font ensuite les frais¹. Divers cantons (Genève d'abord, Vaud ensuite...) ont, malgré une vigoureuse intervention des associations immobilières, adopté des réglementations permettant d'interdire la démolition d'immeubles encore en bon état. Le parti socialiste et l'Union Syndicale Suisse ont lancé conjointement une initiative en vue de mettre fin à ce que les syndicats qualifient de « scandaleux parasitisme ». L'adoption par le peuple de ce texte qui a réuni plus de 130 000 signatures (le minimum nécessaire étant de 50 000) ouvrirait aux autorités fédérales des possibilités d'action en ce domaine (dont un droit de préemption et d'expropriation).

L'un des résultats les plus clairs de la spéculation foncière est d'annuler en matière immobilière les conséquences des gains techniques dans les modes de construction : à quoi servent les efforts visant à diminuer de 1 000 Fr. le coût d'un logement si dans le même temps le coût du terrain s'élève de 3 000 Fr. à 4 000 Fr. La question est d'autant plus grave que le Trésor public supporte une large part des dépenses de construction (prêts, primes, bonifications d'intérêt) et qu'on [p. 67] verse une aide pour le loyer (allocations dites de logement pour les familles ayant des enfants à charge et de loyer pour les personnes à très faibles ressources). En somme, la collectivité contribue de manière indirecte et directe à l'enrichissement d'un petit nombre. On serait tenté de qualifier cette spéculation de « piraterie sociale » si elle n'était parfaitement conforme à l'esprit et au mode de fonctionnement de notre système économique.

Dans une récente circulaire², le Ministre de la Construction M. J. Maziol déclare : « La hausse spéculative du prix des terrains a des conséquences économiques, sociales et politiques désastreuses. Par ses excès mêmes, elle pourrait inciter à mettre en question le droit de propriété alors que celui-ci demeure le symbole et l'une des meilleures garanties de la liberté individuelle ». Or, sur la base de toutes les expériences réalisées, et il y en a beaucoup, il est permis de dire que toute réglementation ou taxation de la spéculation qui ne met pas directement en cause le droit de propriété est nécessairement voué à l'échec. Même des mesures d'apparence rigoureuse — ainsi le blocage autoritaire du prix des terrains ou la confiscation systématique des plus-values foncières — ne sauraient avoir qu'un effet partiel et temporaire. Après tous les échecs gouvernementaux enregistrés tant au XIX^e qu'au XX^e siècle, il paraît difficile d'admettre qu'il y ait à ce problème une

¹ Voir sur ce point les chiffres fournis par JUCKER (W.) in *Revue syndicale suisse*, novembre 1962, pp. 313-319 : il estime qu'en moyenne le prix du terrain entre pour 15 à 20% dans le coût global des immeubles neufs (cette part ayant pu atteindre jusqu'à 50% dans le centre de Zürich).

² Circulaire non publiée au J.O. On en trouvera le texte ainsi que celui de l'instruction annexée sur « les décisions d'urbanisme » in *Le Moniteur des Travaux Publics et du Bâtiment*, 22 juin 1963 (supplément), pp. 135-136.

solution autre que l'affectation inaliénable du sol urbain à la collectivité qui demeurerait seule juge d'en permettre l'usage ¹.

La spéculation foncière n'est pas, bien entendu, le seul danger qui menace les candidats au logement — spécialement ceux qui veulent utiliser les diverses formules d'accession à la propriété. Une affaire comme celle du Comptoir National du Logement sans oublier quelques autres (Point du jour, Immobilière Lambert à Chatillon-sous-Bagneux...), a bien montré que de telles démarches ne sont pas sans risques. Finalement très rares sont les groupes d'affaires qui détournent les fonds, mais plus nombreux sont ceux qui parviennent à esquiver les réglementations. Parmi les mauvaises surprises qui attendent les souscripteurs, mentionnons les dépassements de devis, les suppléments dus au jeu des indices de révision et ensuite les malfaçons techniques ... À de multiples reprises les autorités ont été saisies de plaintes (voir actuellement le dossier présenté par l'Association des Habitants de Meudon-la-Forêt) sans qu'elles aient toujours à leur disposition des moyens efficaces de riposte et même de contrôle.

L'État se préoccupe actuellement d'accorder de nouvelles garanties aux souscripteurs (ainsi : obligation d'établir les contrats selon les pres-[p. 68] criptions de la loi ; constitution au profit des acquéreurs ou des souscripteurs, au fur et à mesure de leurs versements, de droits réels ou de droits sociaux sur les immeubles construits avec leurs fonds ; institution de plein droit de groupements de copropriétaires, etc.). Il est douteux que des dispositions soient susceptibles, vu l'autonomie des constructeurs privés à l'égard des autorités, de mettre fin à toutes les difficultés rencontrées par les candidats au logement.

V. DÉFORMATIONS PUBLICITAIRES

[Retour à la table des matières](#)

J'ai précédemment rejeté la position qui fait de la publicité la cause du mauvais fonctionnement du régime capitaliste. C'est simplement prendre l'effet pour la cause, le grand danger de ces systèmes de raisonnement étant de concentrer l'attention sur un élément du système sans identifier le facteur responsable des

¹ Il est douteux en tout cas que le système français de taxation des plus-values foncières (institué par les articles 3, 4 et 5 de la loi des finances pour 1964) permette de lutter efficacement contre cette spéculation. Signalons que le P.S.U. et la S.F.I.O. se sont prononcés en faveur de la « municipalisation » du sol, la proposition de loi soumise par la seconde à l'Assemblée Nationale soulignant que la maîtrise du sol est pour la puissance publique une nécessité et un préalable indispensable. Sur ces problèmes, voir les observations de LAMOUR (P.), « La notion de propriété foncière doit être révisée », *Direction*, décembre 1963, pp. 1249-1256.

défauts observés, y compris les déformations publicitaires : la recherche sans frein du profit privé.

La publicité doit d'abord être examinée du point de vue de son coût pour le consommateur. On continue de débattre de l'incidence finale des dépenses publicitaires : les uns y voient un élément de hausse du prix de revient et donc du prix de vente, tandis que d'autres affirment que la publicité, en permettant les grandes séries, contribue à l'abaissement du coût bien au-delà de la charge qu'elle comporte. Encore que la première position ne me semble pas sans portée, je ne crois pas qu'elle soit valable pour la totalité des cas. Il faut observer à cet égard qu'exprimée en pourcentage du prix de vente la part de la publicité varie considérablement d'une branche à l'autre. Les statistiques françaises n'étant pas assez sûres, observons qu'en Grande-Bretagne cette part va de 1,3% pour les vêtements de confection à 13,2% pour les produits pharmaceutiques¹. Dans le premier cas on peut admettre que ces dépenses représentent une charge normale de la commercialisation tandis que dans le second (et l'on a souvent vu, pour ces produits, des taux bien plus élevés) il est douteux que le consommateur ne fasse pas, en une assez large mesure, les frais de l'opération. Récemment le Committee of Public Account du National Health Service (Grande-Bretagne) dans un rapport publié par l'organisme officiel H.M.S.O. a déclaré que la publicité des remèdes enflait [p. 69] les charges du service — publicité souvent faite pour promouvoir des produits de marque alors que l'on dispose déjà de médicaments équivalents sans marque et meilleur marché.

Mais c'est surtout sous l'angle des déformations de la réalité que la publicité nous intéresse ici (liaison avec la création des besoins). Que de telles déformations existent n'est même pas contesté par les publicitaires qui ont toutefois tendance à en rejeter la charge sur les « brebis galeuses » de la profession. Lors d'un congrès de l'Advertising Association britannique, des délégués s'en sont, pris aux « saboteurs » qui ont conduit l'opinion à se faire une image défavorable de la publicité dans son ensemble. On a souligné, par exemple, que les médecins étaient soumis à une pression excessive de la part de certains vendeurs de produits pharmaceutiques, l'offensive pouvant comporter des tentatives de corruption : don de balles de golfs, offre de *week-ends* à Paris ... On a même déclaré à la Chambre des Communes (séance du 15 décembre 1962) que des fabricants d'alcool avaient abordé des médecins pour obtenir d'eux qu'ils encouragent leurs clients à consommer certaines boissons.

La Chambre de Commerce Internationale a établi un Code de pratiques loyales en matière de publicité qui stipule notamment que la publicité « ne doit pas contenir d'exagérations de nature à conduire inmanquablement à la déception du consommateur ». Des instruments analogues existent dans le domaine des

¹ Selon PLAS (B. DE) et VERDIER (H.), *La publicité*, 4^e édition, Paris, 1957, p. 103.

« relations publiques ». Et pourtant, qu'il s'agisse d'allégations contraires à la réalité ou d'omissions préjudiciables à l'acheteur, peu de consommateurs seraient probablement en mesure de déclarer qu'ils n'ont jamais subi de mésaventures provoquées par des annonces ou images publicitaires.

Autre danger : la mise en vedette d'informations exactes mais dont le résultat est d'induire le client en erreur sur la valeur du service fourni par le produit (exemple d'une publicité en faveur d'un dentifrice au calcium ce qui laisse supposer que le produit possède une action recalcifiante).

Le Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches a publié sur quatre grandes pages une étude intitulée *Aliments miracles et mirages publicitaires* qui ne laisse aucun doute sur le caractère nocif et fallacieux de nombreux textes publicitaires. Et chaque numéro du *Bulletin* apporte un ou plusieurs cas d'exagérations ou de déformations systématiques. Il est bon de citer à ce propos les jugements du Laboratoire : « vérités déformées à force d'être simplifiées, affirmations percutantes mais inexactes constituent dans des circonstances trop nombreuses, la [p. 70] panoplie habituelle du petit ... comme du grand publicitaire ». Et le Laboratoire conclut avec beaucoup de modération que ces faits manifestent « sinon le désir de tromper le consommateur, du moins celui de le considérer comme mineur, comme incapable de s'informer ou indigne de l'être » ¹.

Sans entrer dans une analyse détaillée de ces pratiques fâcheuses, mentionnons : l'emploi incontrôlé de termes tels que « le meilleur », « l'unique », « le plus rapide », « le plus sûr », « l'inégalable », « le plus efficace » ; la référence à des autorités telles que des abbés ou des professeurs pour démontrer l'efficacité d'un médicament ; l'emploi de la mention « recommandé par le corps médical », notamment pour les produits diététiques ; la présentation d'un aliment, drogue, cosmétique ou instrument comme préventif ou curatif de maladies graves (artériosclérose, cancer, hypertension artérielle...). Songeons à tous les remèdes dits amaigrissants pour l'achat desquels on dépense aujourd'hui des fortunes. Considérons tous les abus commis à propos des vitamines ... À quoi bon allonger cette liste.

Cette volubilité — parlée, écrite, chantée... — n'est pas exclusive d'un refus d'informer à propos de questions essentielles. Les producteurs, tout en proclamant leur désir de renseigner complètement le consommateur font un tri entre ce qui peut lui être dit et ce qui doit lui être caché, les professionnels de la publicité se pliant à cette sélection dont le fondement technique leur est souvent étranger. F.

¹ Voir sur ce point une note du Laboratoire : *Le consommateur et les aliments*, Vulgarisation et publicité, octobre 1961.

Custot en donne comme exemple la résistance de certains industriels à un étiquetage obligatoire de composition des articles textiles ¹.

Il arrive que les pouvoirs publics eux-mêmes appuient cette tendance (par exemple refus de communiquer les rares résultats d'analyse de résidus d'insecticides ainsi que les chiffres relatifs au contrôle de la radioactivité...). Plusieurs des rapports présentés au Conseil Supérieur d'Hygiène Publique ne sont pas publiés (ainsi ceux relatifs aux autorisations d'additifs chimiques dans les aliments). Même s'il s'inspire de raisons en apparence plausibles (ainsi, éviter des campagnes de presse qui pourraient démoraliser ou affoler le public dans l'ordre de la santé) un tel refus de l'information, quand il émane d'une autorité publique, est simplement inadmissible.

Actuellement, malgré leur faiblesse relative par rapport aux autres pays, les dépenses publicitaires françaises se rapprochent, si elles ne l'ont déjà atteint, du total des traitements versés aux membres de l'enseignement secondaire public. Or le consommateur auquel l'on dit si volontiers ce qui est accessoire tout en lui dissimulant parfois l'essen-[p. 71] tiel, en arrive à ignorer les choses les plus simples (ainsi le fait que le yaourt est fabriqué avec du lait écrémé). Finalement, après quelques déceptions sérieuses, il tendra à prendre vis-à-vis de la publicité une attitude de principe systématiquement hostile (tendance qui dans certains pays commence d'inquiéter les professionnels). Cependant notre consommateur n'est pas pour autant au bout de ses peines car il doit affronter des formes de réclame plus insidieuses : la publicité qui ne dit pas son nom.

On en connaît de multiples formes dont les émissions présentées à la Radio-Télévision française qui, en principe, ne fait pas de publicité, sont un excellent exemple. Il en existe de deux sortes : publicité dite compensée (en fait campagnes favorables, selon les saisons, au café, aux pâtes alimentaires, au sucre, à l'orange, au jus de pomme) ; jeux financés par les caisses d'épargne et compagnies d'assurance ... Or ces efforts, même s'ils partent d'intentions honorables (favoriser l'écoulement de surplus agricoles ou lutter contre l'alcoolisme en faisant l'éloge de produits de remplacement) représentent de la propagande et non de l'information objective dans la mesure où les arguments utilisés ne reposent pas sur une analyse systématique du problème et font la part trop belle à des éléments émotifs.

Autre aspect de cette politique : le recours à la publicité rédactionnelle que l'on peut définir comme l'insertion dans un journal ou une revue de textes à buts publicitaires mais que rien ne différencie des autres textes publiés dans la même livraison. Ce camouflage a pour but d'amener le lecteur à lire cette réclame comme une information ordinaire, étant entendu que, dans le moins bon des cas pour l'annonceur, le caractère publicitaire du document ne sera perçu qu'en fin de

¹ Voir la curieuse aventure survenue au Laboratoire auquel un institut de « protection de la haute qualité alimentaire » refusa de communiquer les critères de qualité retenus et les conditions du contrôle, *De la loi au label ou comment sont définies les marchandises*, septembre 1962, p. 7.

lecture. En principe les textes de cet ordre doivent porter, au moins *in fine*, la mention « communiqué par ... » mais tous les lecteurs sont-ils en mesure de comprendre la portée exacte de cette mention (spécialement si le texte en cause est d'allure nettement documentaire) ?

L'emploi de ce procédé soulève des problèmes de déontologie professionnelle et, pour parler clair, de simple moralité. C'est un piège tendu au lecteur. Dans un rapport relatif aux pressions économiques sur la presse, J. Bourquin souligne que les associations d'éditeurs de journaux de plusieurs pays condamnent énergiquement ce procédé comme contraire à la liberté de la presse. Des gros annonceurs tendent pourtant, au moins en quelques pays, à réserver leurs ordres de publicité ordinaire aux journaux qui acceptent des insertions de forme rédactionnelle : en somme les prestations de cet ordre (ainsi compte rendu de [p. 72] manifestations de prestige ou de propagande organisées par les affaires) constitueraient selon ces annonceurs un service justifié par l'importance des ordres transmis. J. Bourquin relève d'autres cas de pression (ainsi offre par les annonceurs aux journalistes d'avantages ou de cadeaux). Il note aussi que le procédé des relations publiques prend des proportions de plus en plus vastes (les communiqués remis aux journaux à ce titre constituant souvent de la pure propagande) : tout en manifestant le souci de se défendre contre une telle invasion, les journaux intéressés ont reconnu qu'il est très difficile d'édifier un barrage étanche (cas des firmes qui donnent leur nom à des prix ou à des équipes). Les dépenses réalisées à ce titre permettent d'économiser des montants bien plus élevés au titre de la publicité ordinaire ¹.

On reproche souvent à la publicité de mettre ses techniques et ressources au service de produits nuisibles à la santé de l'homme, du moins s'ils sont consommés en grande quantité (en particulier l'alcool et le tabac). Il ne me semble pas que cette accusation épuise le problème. S'il est vraiment prouvé que l'usage de ces produits est nocif — et pour les deux articles cités il n'y a guère de doute à cet égard — il appartient aux autorités publiques de prendre les mesures de réglementation ou d'interdiction indispensables. Cependant, en dehors d'un certain penchant à l'inertie pour des matières de cet ordre, deux raisons précises dissuadent souvent les pouvoirs d'adopter un dispositif adéquat de protection : l'intervention des producteurs en tant que force de pression ; l'intérêt des finances publiques (de tels produits, qu'ils fassent l'objet de monopoles fiscaux ou simplement de taxation indirecte, rapportant au Trésor des sommes considérables).

En France les autorités ont éprouvé de sérieuses difficultés à réglementer la publicité en faveur de l'alcool (rappel de la loi du 24 mai 1951, votée à la veille des élections, qui établissait la liberté de faire de la publicité pour les apéritifs à base de vin et les liqueurs). À l'heure actuelle, il est interdit de procéder à toute réclame

¹ Rapport présenté au XV^e Congrès de la Fédération Internationale des Éditeurs de journaux tenu conjointement avec le X^e Congrès de l'Institut International de la Presse, Paris, 16 mai 1962.

pour des boissons alcoolisées en certains lieux (stades, piscines, salles de sport...) et de distribuer aux jeunes de moins de 10 ans tous objets ou prospectus constituant une publicité pour ces boissons. Parmi les autres articles faisant l'objet de dispositions restrictives, je signalerai les produits pharmaceutiques dont la publicité a été réglementée pour la première fois par une loi du 11 septembre 1942 ¹.

[p. 73] VI. COMMERCIALISATION DES LOISIRS

[Retour à la table des matières](#)

Le consommateur moyen que les nécessités de l'existence et l'extrême modicité de ses revenus vouaient, il y a relativement peu de temps, à la condition d'un acheteur de produits alimentaires, devient de plus en plus un utilisateur de services. Mon propos impliquant l'analyse ultérieure de plusieurs séries de ces prestations (spécialement médecine et enseignement), je m'en tiendrai ici — l'exemple a d'ailleurs valeur significative — à celles liées à l'utilisation des loisirs.

Ce « temps libre », comme l'on dit parfois à l'étranger, résulte du raccourcissement de la durée du travail (que compromet en bien des cas l'allongement de la durée des transports quotidiens du domicile au lieu d'activité) et, également, de l'octroi généralisé de vacances payées (les exploitants agricoles demeurant sensiblement défavorisés en ce domaine). Cette évolution, permise par le progrès technique, a été le résultat d'une âpre lutte ouvrière dont les générations présentes ont peine à se représenter les difficultés ². Une fraction croissante des budgets familiaux est affectée aux dépenses qui résultent de cette augmentation des loisirs. Pour la plupart des consommateurs, n'en doutons pas, cette affectation implique de difficiles arbitrages : sont-ils payés de retour ?

Au cours des dernières années, le thème des loisirs a pris une importance grandissante dans les préoccupations sociales. En vue de mesurer le chemin parcouru, il n'est que de se souvenir des sarcasmes dont les « bien-pensants » accablèrent la création, par le premier gouvernement de Front Populaire, d'un modeste sous-secrétariat à l'organisation des loisirs et des sports. Aujourd'hui la grande presse évoque volontiers le « nouvel âge du loisir » ³ et les philosophes se demandent si l'on peut parler d'une « civilisation des loisirs ». La question semblera

¹ Sur ce problème, voir : *Publicité des préparatifs pharmaceutiques*, Aperçu de législation actuelle, Genève O.M.S., 1961.

² Elles sont opportunément rappelées par GUERRAND (R.H.), *La conquête des vacances*, Paris, 1963.

³ Titre du supplément en couleurs du *Sunday Times*, 16 septembre 1962, « The new age of leisure ».

pertinente si l'on sait que les électriciens newyorkais réclament désormais la semaine de vingt heures ¹.

Pendant longtemps le loisir a été considéré comme un simple repos ou, si l'on veut, un non-travail. Cette tendance, encore puissante, explique que travail et loisir fassent le plus souvent l'objet d'études séparées. Cependant, de nombreux esprits s'élèvent contre cette dichotomie et tentent d'appréhender la relation mutuelle de ces deux manières de passer le temps ². Ils font valoir que le loisir reste profondément marqué par le travail (dépendant des relations professionnelles, du niveau [p. 74] d'éducation, du revenu, du logement...). Dans cette perspective, il est juste de dire que la promotion du travail et celle du loisir sont les deux phases d'un même combat.

Pourtant, cette interaction admise, dont le mérite est de rappeler la nécessité d'améliorer la condition du travailleur, le loisir prend à plusieurs égards la forme d'un fait autonome doté de sa propre dynamique et remplit de nombreuses fonctions que J. Dumazedier répartit en trois groupes : délassement, divertissement et développement. Sous l'angle de notre étude — centrée sur l'emploi du revenu — le problème essentiel est celui de l'accès aux instruments de la culture (tourisme, cinéma, télévision, livre...), des coûts que les intéressés doivent acquitter à cet effet et des enrichissements, spirituels et moraux, qu'ils en recueillent.

On répète volontiers que l'un des traits de la civilisation moderne doit être de favoriser l'accès de l'homme moyen à la vie intellectuelle : et à en juger par la puissance des moyens techniques disponibles, il semble que ce ne soit pas là une ambition irréalisable. De ce point de vue, la télévision paraît bien être l'outil le plus adéquat.

En plusieurs pays ce mode de communication exerce déjà un attrait puissant et irrésistible sur les masses. Soit l'Italie où l'implantation dans les couches populaires à été rapide : selon les dernières statistiques, plus de quatre millions de familles, sur un total de 13,77 millions — soit en gros une proportion de 30% — sont reliées au réseau public de télévision (qui comprend deux chaînes). Or, certaines villes ou régions économiquement arriérées sont de ce point de vue en avance sur les parties du territoire industriellement les plus avancées. La province de Turin, l'une des clés du « triangle industriel », a une densité d'abonnement des familles de 31,74% pour un revenu moyen par habitant de 548 000 liras, les chiffres correspondants pour la province de Naples étant de 36,41% et de 271 000 liras. La possession d'un récepteur de télévision serait-elle donc dans ce pays le divertissement préféré des pauvres plus qu'un indice de bien-être ?

¹ La meilleure référence française est DUMAZEDIER (J.), *Vers une civilisation du loisir ?*, Paris, 1962. Voir aussi : GRAZIA (S. DE), *Of time work and leisure*, New York, 1962, ainsi que TOTTI (G.), *Il tempo libero*, Rome, 1961.

² Point bien mis en lumière par NELS (A.), *Work and leisure*, Londres, 1961.

Rares demeurent en France les études sérieuses effectuées sur la culture des milieux ouvriers (et je n'en connais pas de type général qui ait été consacrée aux paysans). Toutes les enquêtes réalisées témoignent de la persistance d'une relative pauvreté culturelle : ainsi celle menée par R. Kaës sous la direction de M. David dans le cadre de l'Institut du Travail de l'Université de Strasbourg¹. L'un des principaux enseignements qui s'en dégage est la prédominance des activités de préoccupation de délasserment ou d'évasion sur celles de formation. [p. 75] Les activités à caractère proprement culturel sont d'un faible volume et d'une fréquence rare ou irrégulière. Plus encore, dans les attitudes qu'ils adoptent vis-à-vis de la culture et les représentations qu'ils s'en font, les ouvriers interrogés ont témoigné d'une sorte de retrait évidemment peu favorable à une expansion de la participation culturelle. De telles inclinations sont significatives du maintien des barrières sociales et, en même temps, constituent l'un des grands facteurs d'enchaînement des intéressés à leur condition subalterne. Mais, si ces dispositions psychologiques ont leur importance, l'élément fondamental du problème réside dans les structures de la production qui les suscitent et les conditionnent.

À ce stade, il est naturel d'évoquer la culture dite de masse et, pour reprendre l'expression d'E. Morin, l'« industrie culturelle » qui lui sert de support². Cette culture de masse que caractérise la prépondérance de l'image et, plus précisément, de l'imaginaire, se diffuse par de nombreux moyens (*media*) : presse, cinéma, radio, télévision, mais aussi bandes dessinées (*comics*) et chansons. Elle constitue certainement une vraie culture au sens où les hommes y puisent des normes, symboles, mythes et images, capables de structurer et d'orienter leurs conduites. Il est fréquent que les intellectuels, hostiles au nivellement qui en résulte, témoignent à l'égard de ces manifestations une indifférence teintée de mépris. Si de telles critiques ont pour but ou pour conséquence d'exalter la médiocrité arrogante du conformisme bourgeois, ce refus global paraît insoutenable. Et de toute manière l'on ne saurait ignorer aujourd'hui les sources, même si ce sont des usines, qui façonnent les comportements culturels de la majorité des hommes.

Certains aspects de ce mouvement présentent d'immenses avantages (ainsi ventes massives d'œuvres de grand renom du fait de leur introduction dans des collections à faible prix). Pourtant, sans que cette remarque constitue le moins du

¹ Paris, Librairie Dalloz, 1962. Voir aussi, pour la Grande-Bretagne l'enquête de HOGGART (R.), *The uses of literacy*, Penguin Books (1958). Centrée sur les lectures et les distractions (*entertainments*) de la *working-class*, cette recherche aboutit à des conclusions nuancées dont tout espoir d'améliorer la situation n'est pas exclu.

² Voir son étude sur ce thème in *Communications*, n° 1, 1961, pp. 38-59. Pour un exposé plus détaillé de la pensée de MORIN, voir son ouvrage *L'esprit du temps*, Paris, 1962. Voir aussi : BONIFACE (J.), *Arts de masse et grand public*, La consommation culturelle des Français, Paris, 1961, ainsi que CHARPENTREAU (J.) et KAES (R.), *La culture populaire en France*, Paris, 1962. Consulter également le numéro de mai 1963 de *La Table Ronde* consacré à la « culture populaire ».

monde l'éloge d'un passé où seule une minorité disposait du privilège de savoir lire, j'estime que le bilan de cette culture n'est pas pleinement favorable à l'homme. Bien entendu mes objections portent non sur les techniques de diffusion mais sur les fins que d'une manière ou d'une autre elles sont appelées à servir. Il est toujours absurde d'incriminer de simples moyens en oubliant les hommes qui les animent — les hommes — c'est-à-dire la toute petite minorité qui dirige le jeu.

Choisissons un exemple très récent : l'achat et la publication par un hebdomadaire britannique *News of the World* des mémoires de mademoiselle Christine Keeler. Le Press Council vient de condamner [p. 76] cette initiative dans des termes particulièrement sévères : condamnation heureuse, commente le *Times*, car en exploitant le vice et le sexe en vue d'un profit commercial, ce journal (qui tire à des millions d'exemplaires) a agi dans un sens contraire aux intérêts du public et de la presse ¹. Mais si l'on établissait une liste des cas semblables observés au cours des dernières années en plusieurs pays, il en résulterait un bien long document.

Lors de sa seizième assemblée générale (1963), l'Organisation Mondiale de la Santé a pris une résolution demandant aux autorités sanitaires nationales d'encourager l'étude de l'influence de la télévision sur la santé mentale, particulièrement chez les enfants et les adolescents. Il est apparu à cette assemblée que certains programmes du petit écran, représentant des scènes de meurtre, de vol, d'incendie volontaire ou des délits sexuels, ont pour effet d'encourager les jeunes à commettre des actes semblables dans la vie réelle. La même résolution, il est vrai, rend hommage à la valeur éducative de la télévision au titre de divers programmes (notamment protection sanitaire et information médicale).

Certains estiment que ces dangers pourraient être écartés par une réglementation appropriée. Mis à part quelques aspects limités (exposition dans les kiosques de la littérature pornographique) c'est une illusion. En dehors des difficultés mêmes de telles démarches, rien ne sera fondamentalement changé tant que l'on n'aura pas effectivement dissocié la culture et l'information du public du souci de réaliser le profit maximum. Cette remarque ne doit pas être entendue comme un constat final d'impuissance : elle a seulement pour mobile de déterminer, sans équivoque, le facteur responsable de la situation. On dira peut-être que les histoires de sexe ou de crime correspondent à ce que le public veut et que la hausse du tirage ou l'accroissement de l'audience en sont une preuve. L'excuse me semble hypocrite pour ne pas dire plus : s'ils ne sont pas des anges, les hommes ont tout de même d'autres inclinations que le culte de sensations malsaines ou l'admiration du *strip-tease*.

Il y a plus. Les grands moyens d'information sont aujourd'hui aux mains de la couche qui gère les moyens de production ou de gouvernements qui, au besoin avec

¹ Numéro du 7 septembre 1963 qui contient un résumé de l'argumentation du Press Council.

quelques velléités réformistes, se tiennent à leur côté. On ne saurait attendre des détenteurs ou manipulateurs de ces moyens qu'ils mettent à nu les vices et tares de fonctionnement de nos sociétés et encore moins qu'ils exposent les relations unissant les manifestations de surface (ainsi l'expansion de la criminalité juvénile [p. 77] dans les sociétés dites riches) aux structures sociales. Bien au contraire, et j'admets que la démarche est plus ou moins consciente, on note en plusieurs secteurs (spécialement les grands hebdomadaires ou magazines illustrés) une tendance à canaliser l'attention du public vers des sujets sans dangers pour l'ordre social, qu'il s'agisse des frasques sentimentales et sexuelles des princesses ou d'histoires de cow-boys. Observons la presse dite féminine qui englobe, sans toujours se confondre avec elle, la presse dite du cœur et qui atteint désormais des tirages considérables¹. Cette presse qui, pour une large partie, émane de puissants groupes financiers, parfois internationaux, s'attache à présenter une vision systématiquement rassurante et optimiste de la société : le bon est toujours récompensé, le méchant puni. Ces magazines présentent aux femmes des exemples ou réalisations au-dessus de la moyenne en leur laissant croire que ces situations pourraient être, le cas échéant, à leur portée. L'attention est constamment dérivée vers les vedettes de l'actualité : familles royales et acteurs de cinéma notamment. Finalement, au vu des conseils de mode et de beauté, il ressort de ces textes que tout le monde peut avoir de l'élégance, du charme, de la distinction. Au total, nous sommes en présence d'une remarquable entreprise de mystification intellectuelle dont le résultat est de détourner l'attention des lectrices de toutes les tares de la vie sociale et du système économique ainsi que de tous les mécanismes de l'exploitation des travailleurs : c'est probablement l'une des sources majeures de l'aliénation contemporaine.

On accuse souvent le capitalisme de corrompre par divers moyens la presse quotidienne en vue d'obtenir de celle-ci une présentation de la situation qui ne soit pas défavorable aux possédants. Plus ou moins forte selon les pays, cette propension existe partout, mais, sur la base des multiples enquêtes réalisées, toutes concordantes, je doute que cette presse, ou plus exactement l'interprétation politique qu'elle propose, dispose de l'influence qui lui est prêtée. Par contre, la dérivation de l'attention vers le mythe, le conte de fées et le sexe a bien plus de puissance dans la mesure où elle ne semble pas viser un but défini et peut-être, n'en poursuit aucun. Or les moyens de communication, spécialisés dans ce genre de thèmes, sont souvent des affaires d'or (voir le succès que valent à certains journaux les rubriques de potins et les incursions dans la vie privée des gens connus). Et ainsi le capitalisme s'enrichit tout en se protégeant. C'est un chef-d'œuvre.

Ce mécanisme d'exploitation s'exerce en de très nombreux cas au détriment des consommateurs. Allant au cinéma, le spectateur doit [p. 78] payer sa place et subir

¹ Voir les chiffres donnés in *Communauté Européenne*, août-septembre 1963, pp. 6-7.

les réclames de l'entracte. Acquittant une taxe pour la radio et la télévision, il doit écouter ou voir de la propagande qui risque, ensuite, de le conduire à des erreurs de choix. En d'autres circonstances, il paraît gagner au change, ainsi en achetant son journal au-dessous du prix de revient industriel ou en bénéficiant d'une radiotélévision qui ne lui coûte rien (postes périphériques). Mais si les affaires n'en tiraient pas profit, elles ne se livreraient pas à de telles largesses publicitaires. Et dès lors, c'est la collectivité qui, dans l'un ou l'autre de ses secteurs, supporte le profit fait par quelques-uns (National Health Service de Grande-Bretagne et publicité des produits pharmaceutiques).

VII. ACCAPAREMENT DE LA CLIENTÈLE DES JEUNES

[Retour à la table des matières](#)

L'exploitation des adolescents et des jeunes — ces clients pas trop exigeants sur les prix et la qualité quand il s'agit de satisfaire un désir — constitue l'un des traits marquants du capitalisme contemporain, l'un de ceux qui établissent le mieux la profonde indifférence de ce régime aux valeurs morales et sociales. Les associations de propagande pour le vin nous avaient déjà donné une idée des audaces de l'esprit mercantile en déclarant utile à la santé la consommation de ce produit dès le plus jeune âge. Aujourd'hui le ton de ces campagnes est donné par les manifestations d'hystérie collective que des manipulateurs astucieux parviennent à créer chez les jeunes à l'aide des transes, reptations et chuchotements syncopés de quelques idoles lancées sur le marché avec toutes les ressources de la technique publicitaire. Quand on fera le compte des dommages causés aux hommes par le règne du marchand, comme le dit Étiemble, ce dévergondage mental et moral occupera sans nul doute une place de tout premier plan.

Le motif de départ de ces manœuvres est l'ampleur des jeunes dans la population par suite du renouveau démographique. Les moins de vingt ans sont seize millions en France, la tranche des 15-20 ans comptant déjà pour 4 millions. Envisagée comme matière première du commerce, la jeunesse suscite chez les intéressés, trois séries de préoccupations. La première tient à l'influence que les enfants sont susceptibles d'exercer sur les acquisitions des parents, que ces achats leur [p. 79] soient destinés en propre ou aillent à l'ensemble de la famille : dans cet esprit les firmes n'hésitent pas à adresser des prospectus publicitaires aux enfants eux-mêmes (auxquels sont réservés d'innombrables concours et autres attrape-nigauds de la réclame). Une seconde préoccupation est de donner aux enfants dès le départ les habitudes de l'acheteur docile qui dépense tout son revenu et contracte de larges dettes pour donner suite aux sollicitations du *marketing*. Rappelons à cet égard l'extension du crédit à la consommation aux jeunes qui se pratique aux États-

Unis. Ainsi les adolescents sont-ils conduits à s'endetter avant même d'avoir la pleine responsabilité de leur destin.

La troisième préoccupation enfin, la plus importante pour l'immédiat, est d'absorber et d'accaparer la totalité du pouvoir d'achat discrétionnaire dont disposent les jeunes.

Cette capacité d'acquisition n'est certes pas négligeable. Elle trouve sa source dans l'argent de poche versé par les parents et aussi dans la partie des gains professionnels que les jeunes travailleurs, vivant sous le toit familial, ne sont pas obligés de consacrer à leur entretien. Selon une récente enquête de marché, ces disponibilités restantes se chiffreraient en France à environ 50 millions de nouveaux francs pour la catégorie des 15-20 ans. Mais on ne doit pas négliger les sommes dont les enfants s'assurent le bénéfice dès avant cet âge et qu'ils dépensent souvent sans aucun contrôle des parents.

Les techniciens de la publicité se sont efforcés de déterminer les facteurs qui déclenchent les décisions d'achat des jeunes. Parmi ces mobiles, citons : les modes et les vogues qu'il est facile de créer ou d'orienter par une réclame appropriée et qui suscitent des marchés, éventuellement temporaires, dont l'exploitation est très fructueuse ; le besoin de s'affirmer qui est à la base de nombreuses, acquisitions dans le domaine des articles vestimentaires et des engins motorisés ; le besoin d'évasion qui pousse les jeunes vers l'acquisition de magazines illustrés, de disques et de tourne-disques ainsi que vers certaines formes de loisir et certains sports. En fonction de ces études de comportement, les spécialistes ont mis au point et perfectionnent sans cesse de nouveaux modes de distribution et de publicité (rubrique spéciale dans les journaux ; ouverture de rayons ou de boutiques destinés aux jeunes ; organisation de galas ; création d'objets ou de marques liés aux idoles...). Il y a là tout un effort d'ajustement de l'appareil capitaliste à une clientèle nouvelle qui mériterait certainement une analyse économique approfondie.

L'industrie du disque est l'une des principales bénéficiaires de ce [p. 80] mouvement. On ne voit pas assez que les niaiseries intellectuelles et dépravations sexuelles qui constituent l'apport des idoles à notre vie commune dissimulent de grands intérêts commerciaux. C'est par centaines de milliers que se débitent certaines gravures dont la bêtise est si énorme qu'elle décourage l'indignation. Mais le marchand réalise de gros bénéfices grâce à ces travers. Or, la radio-télévision d'État apporte son concours à de semblables entreprises.

L'un des aspects les plus décevants de cette évolution est la part que jouent désormais des spécialistes en sciences humaines dans la mise en condition des enfants et des adolescents. Toutes ces démarches en effet s'appuient sur des travaux ou consultations de psychologues et de psycho-sociologues dont l'une des tâches est de rechercher les points faibles de cette clientèle, d'exploiter son manque de maturité ... Une fois de plus les recherches de savants désintéressés, au lieu de

contribuer à l'avantage collectif, donnent des armes ou des instruments à ceux qui mettent leurs talents et leurs connaissances au service du profit privé.

Il ne sert à rien de décrire ces phénomènes si l'on évite d'en identifier la cause : l'octroi à l'argent d'un rôle directeur dans les rapports sociaux. Encore que cette circonstance ne constitue pas, bien loin de là, une excuse pour nos pays, il faut reconnaître que de telles conduites ou pratiques ont été précédemment mises en honneur par le capitalisme américain (exploitation systématique des *teenagers*). Nul n'est encore capable de prédire les conséquences qu'aura sur les comportements du citoyen et du consommateur de demain cette utilisation perverse des merveilleuses possibilités du progrès technique.

*
* * *

Le tableau dressé dans ce chapitre n'est pas exhaustif des formes d'exploitation des consommateurs dans les sociétés modernes. Ainsi ai-je passé sous silence les difficultés parfois considérables que valent aux consommateurs, surtout à ceux de condition modeste, les ententes locales entre commerçants qui portent sur la limitation des horaires d'ouverture des boutiques, les modalités des livraisons à domicile on encore la concentration des fermetures au titre des congés durant certaines périodes étroites de l'année. Certes, les intérêts des travailleurs qui, sur ce plan, ne concordent pas toujours avec ceux des consommateurs, méritent aussi d'être pris en considération mais en bien des cas il suffirait de petits aménagements pour faciliter la vie des ména-[p. 81] gères et, plus encore, des consommateurs isolés. Or, sauf si l'on en escompte une amélioration sensible du profit, ces aménagements ne sont pas envisagés ou sont refusés.

C'est une nouvelle preuve, et je ne la trouve pas négligeable, que le point de vue dominant au titre de la vie économique est celui de la production-distribution. Mais ces formes d'exploitation ayant été définies, n'existe-t-il pas des forces ou facteurs de redressement ?

[p. 82]

CHAPITRE III

FACTEURS DE REDRESSEMENT

[Retour à la table des matières](#)

J'EN EXAMINERAI trois de valeur d'ailleurs inégale : l'éducation des consommateurs, les initiatives des producteurs, l'action de la puissance publique. Grâce à cet ensemble de facteurs, dont jusqu'à présent le premier demeure très insuffisant, l'acheteur n'est pas intégralement livré à l'ensemble de pressions et de manœuvres qu'implique inévitablement le souci des entreprises d'accroître au maximum la rentabilité privée. Mais ces efforts, pour des raisons que j'exposerai au fur et à mesure, ne suffisent pas à garantir aux consommateurs une protection suffisante.

I. ÉDUCATION DES CONSOMMATEURS

Les décisions de consommer sont des décisions personnelles et, à cet égard, le consommateur n'agit pas toujours et, en de très nombreux cas, n'est pas en mesure d'agir selon les critères prêtés à *l'homo economicus*. La publicité et les séductions de l'étalage ont pour but et du moins pour conséquence de perturber tout essai d'évaluation raisonnable non seulement au niveau des moyens mais aussi au plan des fins. Or, cette volonté de conditionner le client ne cesse de progresser : sait-on que dans les pays économiquement avancés et au titre de divers produits (ainsi montres et produits de beauté) les vitrines sont faites par des techniciens au service des producteurs qui disposent les objets d'après des maquettes établies dans des ateliers spécialisés ? En principe, l'éducation a pour objet d'apprendre au consommateur à bien jouer son rôle d'acheteur, à [p. 83] utiliser son pouvoir d'achat avec discernement. L'ambition active de cette œuvre éducative est de faire prendre conscience aux consommateurs de leurs problèmes et de leur intérêt.

En principe, les entreprises de cet ordre (y compris l'attribution à ces problèmes d'une place dans tous les programmes scolaires) semblent dignes d'approbation car il ne peut en sortir que des éléments utiles aux consommateurs. Toutefois ce sont là des démarches difficiles et qui, au moins pour l'avenir prévisible, ne me paraissent pas susceptibles de provoquer un renversement de la situation. Voici pourquoi.

En premier lieu les notions sur lesquelles repose l'estimation des produits courants sont de plus en plus complexes. Ce point est l'un des facteurs-clés de la position des consommateurs dans les sociétés modernes. Il suffit au profane pour s'en convaincre de feuilleter les *Annales des Falsifications et des Fraudes* (que publie la Société des Experts Chimistes de France) ¹. Certes, quand on l'utilise pour limiter la participation des personnes intéressées ou concernées par un problème — qu'il s'agisse des citoyens, des travailleurs ou des consommateurs, — l'argument de l'incompétence technique en tant que justification d'une impossibilité d'informer est nécessairement suspect. Il faut pourtant reconnaître que la vulgarisation — même quand ses auteurs ont pour but exclusif de former le jugement des destinataires de l'information — est une tâche délicate. Et pour que l'effort soit couronné de succès, il conviendrait que l'acheteur en arrive à se considérer un peu comme un professionnel qui doit d'abord apprendre son métier et ensuite mettre constamment à jour les connaissances acquises. Sans déclarer la ménagère incapable par nature d'un tel apprentissage et d'une telle patience, je ne suis pas enclin, pour la moyenne des cas, à sous-estimer la gravité des obstacles à ce renversement des conduites courantes.

Un point complique au surplus la mise en œuvre de ce programme : les relations qui s'établissent entre les clients et leurs fournisseurs habituels. Il en résulte selon l'expression d'A. Vernholes un « curieux mélange d'amitié, de crainte et de passivité » qui, dans le cas d'un conflit entre l'autorité publique et le commerçant, conduira le cas échéant la ménagère à se ranger aux côtés du second. Vernholes cite des exemples concrets de telles tendances (ainsi dans le cas d'un boucher soumis au contrôle des fraudes et dont la qualité des rôtis ne correspondait que d'assez loin au prix demandé) ². Il ne serait pas juste de généraliser mais l'on négligerait une dimension du problème de l'éducation en omettant de prendre ces rapports en considération.

J'éprouve au surplus une méfiance certaine à l'égard des thèses qui [p. 84] voient dans l'éducation de la plus faible des parties en présence le principal moyen de corriger une situation découlant de la disproportion des forces. Ce recours à l'éducation de l'un et, corrélativement, à la bonne volonté de l'autre pour résoudre

¹ Un seul exemple : voir dans le numéro de septembre-octobre 1959 le résumé des rapports présentés au 15^e Congrès international de laiterie sur l'analyse chimique des produits laitiers.

² In *Le Monde*, 23 juillet 1963, p. 10.

des contradictions socio-économiques me paraît, quand on le présente de bonne foi, correspondre à une simple utopie.

Le déroulement de la vie économique ne relève pas d'une morale pour cours du soir ou patronage. La recherche du profit ne s'accommode pas de scrupules de conscience. Le rôle que chaque catégorie joue dans cette lutte dépend d'abord et principalement du rapport des forces. Jamais les secteurs dominants n'ont cédé quoi que ce soit d'essentiel sans y être contraints par une pression d'intensité égale ou supérieure à celle qu'ils pouvaient eux-mêmes exercer. Éduquons le consommateur certes, mais que le premier article de cette éducation soit de lui montrer que, vis-à-vis des producteurs comme des pouvoirs publics, le seul argument finalement utile est celui de la puissance collective du groupe exploité.

Je croirai pleinement aux vertus de l'éducation le jour où des groupements de consommateurs seront en mesure d'organiser des grèves d'achat ou des boycottages de producteurs et de commerçants. Dans un monde où les uns dominent les autres grâce à la possession de l'argent, la menace de frapper au portefeuille ou à la caisse et, s'il le faut, sa mise en application, a toujours constitué la meilleure et à plusieurs égards la seule manière d'amener les forts à plus de « compréhension » à l'égard de ceux qui, restant isolés, sont incapables de se faire prendre au sérieux. Il n'y a pas de substitut au refus des achats.

On dit volontiers que la grève des consommateurs — dont on connaît quelques exemples pour la période antérieure à 1914 (grèves contre le Beef-Trust aux États-Unis, celle de la bière en Allemagne, celle du gaz en plusieurs villes de France) — serait impossible par suite du caractère de nécessité qui s'attache aux achats, spécialement au titre de l'alimentation. Observons qu'en sens inverse ce mouvement pourrait être facilité par la multiplicité des articles de remplacement notamment dans l'ordre de l'alimentation ainsi que celle des points de vente. Le fait est simplement que les consommateurs n'ont nullement l'idée qu'ils pourraient améliorer leur sort par une action collective organisée (leur réaction la plus grave pour le producteur ne dépassant pas celle d'une abstention non concertée, une sorte de pouvoir négatif). Et face à des unités économiques concentrées ou professionnellement groupées c'est une irrémédiable faiblesse.

*
* *

[p. 85] Cette remarque contredit ouvertement la thèse, soutenue par divers économistes, de la puissance du consommateur sur le marché. Parmi les exposants les mieux connus de ce point de vue, je mentionnerai l'américain G. Katona dont l'un

des principaux ouvrages est intitulé *The powerful consumer*¹. Voici une idée sommaire, mais que je crois fidèle, de la position de celui-ci.

Le point de départ en est deux propositions que Katona tient pour fondamentales : « la demande dépend du revenu et de la confiance » et « les changements dans la confiance sont mesurables ». Sur cette base il s'efforce d'établir que des millions de foyers peuvent réduire ou augmenter leurs achats non par suite de variations dans leur faculté d'acquisition mais en raison de modifications dans les attitudes. Sans être pleinement rationnels, les consommateurs ne sont pas des fantoches aux mains de manipulateurs astucieux. Le comportement des acheteurs, par ses aspects conservateurs et raisonnables, demeure peu enclin à des fluctuations soudaines et excessives. Les rumeurs et déclarations sans fondement ont peu d'influence sur les clients car ils possèdent une notion assez exacte du fonctionnement de l'économie. Cette thèse, on le voit, diffère des observations faites par les techniciens de la recherche motivationnelle qui insistent au contraire sur l'importance des facteurs émotifs².

G. Katona dirige, depuis une quinzaine d'années, le Survey Research Center de l'Université de Michigan. Ce centre, qui cherche à mesurer les attitudes générales des consommateurs, procède périodiquement à des enquêtes sur les intentions des consommateurs (« Comptez-vous acheter une voiture cette année ? »). Notons, sans entrer dans un examen détaillé de cette méthode, qu'en interrogeant douze mois après les mêmes personnes on observe que les intentions n'ont généralement été réalisées que dans une proportion de 50 à 60%. Il semble que la réalisation de l'intention soit directement proportionnelle à l'ampleur du revenu (les pauvres ayant assez souvent tendance à prendre leurs désirs pour des réalités). Autre variable de la situation : les changements survenus dans le revenu au cours de la période.

Le mérite de la thèse de Katona est d'établir que la consommation, comme élément de la demande effective, montre probablement moins de passivité que sur la base des travaux de Keynes beaucoup d'économistes n'avaient commencé par le supposer. Il est certainement vrai que dans une très large mesure les dépenses de consommation sont fonction des revenus disponibles (et donc par conséquent du niveau de l'emploi qui commande la formation des revenus). Certes le partage de ceux-ci [p. 86] entre la consommation et l'épargne est sous l'étroite dépendance de l'environnement social mais, dans une structure quelconque, l'ampleur respective des sommes dépensées et économisées repose avant tout sur la grandeur des

¹ New York, 1960.

² Ce point de vue n'est pas isolé. Ainsi S. WICKHAM écrit de son côté que « l'acte économique le plus difficile à régler par voie d'autorité est sans doute l'achat et plus généralement la consommation. L'expérience récente nous a prouvé que seule une extrême pénurie permet aux producteurs, au vendeur, de dicter son comportement au consommateur », in « La situation et les objectifs. L'analyse de la demande », *Le Marketing*, Paris, Association Française pour l'Accroissement de la Productivité, 1958, p. 63.

revenus distribués. Et, sous cette optique, la consommation apparaît bien comme un élément dérivé de la production, un facteur qui en somme n'aurait pas, globalement, d'autonomie par rapport à cette dernière. Si cette relation entre la production et la consommation exprimait toute la réalité ce serait une preuve supplémentaire de la subordination de la seconde à la première. En somme, les décisions des producteurs relatives à leur niveau d'activité détermineraient aussi, *grosso modo*, le volume des décisions d'achat par les consommateurs isolés.

Au cours des dernières années, les économistes ont été de plus en plus enclins à dénoncer le caractère mécanique et unilatéral de cette thèse. Ils ont admis qu'au titre de la répartition de leur revenu les consommateurs sont capables d'introduire des changements autonomes dans la constellation des variables qui déterminent le niveau de la demande effective. La nature et plus encore le volume éventuel de ces changements demeurent mal connus, mais l'idée prévaut que le montant du revenu encaissé n'est pas le seul élément, même s'il reste le principal, qui joue un rôle dans la fixation des dépenses.

Sans entrer dans un exposé de théorie économique, je signalerai (en dehors de l'influence des variations enregistrées par le taux de l'intérêt qui soulève de vives controverses) le rôle des anticipations et, le poids de l'expérience passée. Il semble que le fait d'envisager l'arrivée de diverses modifications (dans les revenus, les prix, les chances de conserver ou de perdre son emploi) soit susceptible de modifier, dans un sens ou dans l'autre, le volume habituel des dépenses effectuées à partir d'un revenu quelconque (cas d'une personne réduisant immédiatement ses dépenses parce que sous la menace d'un licenciement). D'un autre côté, un consommateur dont le revenu subit une modification peut, au moins durant une période, différer les changements dans les dépenses que commandera finalement le nouveau revenu (ainsi effort pour sauvegarder le train de vie usuel malgré une baisse des ressources). Ces facteurs, et sans doute d'autres encore, montrent que les consommateurs sont susceptibles d'exercer une action qui leur est propre sur le niveau de l'activité économique.

Aux États-Unis, un problème a soulevé une attention particulière : la survenance d'un éventuel ralentissement à long terme de la demande effective des biens durables ou plus exactement peut-être l'apparition d'un certain plafond de ces achats en phase de haute conjoncture. Plu-[p. 87] sieurs explications ont été proposées pour ce mouvement dont l'amplitude et même l'existence ne font pas l'objet d'un accord unanime. On a mis en avant l'idée d'une certaine saturation du marché (idée peut-être prématurée si l'on tient compte du pourcentage des unités familiales qui ne sont pas encore bien pourvues) : à tout le moins faudrait-il nuancer cette hypothèse en parlant de saturation dans le cadre de la structure présente des revenus, du montant des prix demandés et aussi de l'incapacité des fabricants d'offrir des produits vraiment nouveaux. Autre explication : la concurrence livrée aux biens durables dans les budgets familiaux par certains services (ainsi tendance de

plusieurs parents à envoyer leurs enfants non dans des établissements gratuits mais dans des écoles coûteuses).

Quoiqu'il en aille de ce débat, il faut que de telles décisions soient suffisamment nombreuses pour que la vie économique en subisse l'influence. Il ne s'agit certes pas de décisions concertées ou coordonnées, mais d'actions spontanément convergentes. Les consommateurs isolés exercent une action d'une certaine puissance simplement parce qu'à un moment donné, plusieurs (mus vraisemblablement par des facteurs généraux ou du moins assez vastes) choisissent sans se donner le mot d'adopter des conduites analogues qui tantôt stimulent et tantôt dépriment la demande effective. Nous sommes ainsi ramenés à l'idée que seule une intervention collective, même si elle résulte d'une totalisation de démarches spontanées, est le facteur qui ouvre aux consommateurs la route de l'influence. Encore convient-il de ne pas perdre de vue la qualité de cette influence.

Dans cette perspective, mon principal reproche à l'égard du travail de Katona est qu'il mêle plusieurs plans de raisonnement. En particulier, il n'en ressort nullement que le consommateur « en a pour son argent » aux divers niveaux d'utilisation de son pouvoir d'achat : réduisant ses acquisitions, l'acheteur diminue sans doute l'ampleur des prélèvements indus que le secteur production-consommation opère sur lui mais ceux-ci subsistent au titre des achats effectués. En somme, soucieux de démontrer une thèse favorable à l'ordre du marché, Katona omet de souligner que, tout en ayant faculté de peser quelque peu sur le niveau de l'activité des affaires, le consommateur ne cesse pas d'être sous la dépendance de la production pour ceux des achats qu'il effectue (hypothèse qu'accuse la rigidité relative de « prix administrés » à travers les fluctuations de l'activité économique). Ajoutons, au surplus, que dans une « conjoncture de cet ordre les firmes sont susceptibles d'entreprendre de vastes campagnes d'incitation à l'achat qui, risquant de pousser le consommateur à [p. 88] des gaspillages (renouvellement d'un bien encore en bon état), se révéleront préjudiciables à ses intérêts.

Je crois au surplus que Katona et ses émules s'inspirent d'une conception trop formelle de la liberté du consommateur. N'oublions pas que le conditionnement connaît son maximum d'efficacité quand le sujet garde l'impression d'être libre et en mesure d'agir de lui-même. Dans les présentations de ce type, on traite de la « rationalité » comme s'il s'agissait d'une démarche aux composantes immuables parce qu'inhérentes à la nature humaine. Or son contenu dépend étroitement de la pression sociale dans laquelle entre sans nul doute l'effort publicitaire et le conformisme qui en résulte. Dès lors ce que l'on fait passer pour un jugement sain (ainsi le renouvellement annuel de la voiture automobile) est simplement le résultat d'une intense pression collective, si bien distribuée ou si largement diffuse qu'elle en devient un facteur invisible de la conduite.

Contrairement à l'inspiration qui guide ces thèses, j'ai la conviction que l'agencement des structures de la production, tel qu'il existe à un moment

quelconque, représente le facteur initial de la répartition des ressources rares entre les emplois possibles. On peut admettre que, dans certaines occasions, les consommateurs sont susceptibles de provoquer divers changements. On doit aussi considérer que l'évolution scientifico-technique (transformations dans la nourriture) est susceptible, surtout si l'on retient une période d'observation assez longue, de provoquer des changements bien plus considérables. Il est également juste de souligner que dans les sociétés modernes, les servitudes de la production en masse imposent de rechercher par tous les moyens une certaine docilité des consommateurs. Mais aucune de ces remarques n'oblige à adopter la thèse du *powerful consumer* qui ressemble beaucoup trop au vieil *homo economicus* pour emporter la conviction.

Les producteurs-distributeurs bénéficiant d'une position dominante, vont-ils en profiter pour utiliser simultanément toutes les facultés d'exploitation qui ont été recensées dans la section précédente ? Je ne le crois pas et voudrais expliquer les motifs de cette réserve.

[p. 89]

II. INITIATIVES DES PRODUCTEURS

[Retour à la table des matières](#)

Ces mobiles sont nombreux et d'inspiration diverse : le souci de ne pas mécontenter la clientèle et, le cas échéant, de maintenir le standing de la maison tant auprès des clients que des autres entreprises de la branche ou du voisinage ; la crainte de l'opinion et le désir d'empêcher l'extension de la réglementation publique qu'à plus ou moins long terme provoquerait inmanquablement la multiplication des abus ; une tradition d'intégrité qui pousse les dirigeants responsables à assurer aux acheteurs les satisfactions qu'ils attendent. Sans fermer les yeux sur de multiples abus et tromperies (*Caveat emptor*, disaient déjà les Anciens), je crois que l'on commettrait à la fois une erreur et une injustice en repoussant comme « idéaliste » la notion d'une moralité industrielle ou commerciale.

Mais, à tout prendre, là n'est pas le vrai problème. Celui-ci est de connaître l'effet qu'exerce sur les prédispositions morales le combat pour la conquête du profit. C'est en observant les conduites de ses rivaux que le producteur ou le distributeur définiront leur propre tactique et dès lors il suffit que tel ou tel de ceux-ci adoptent des mesures néfastes à l'avantage collectif mais susceptibles d'accroître sa clientèle pour que les autres, au besoin contre leur gré, soient ou se sentent obligés de le suivre. Tel me semble être l'un des défauts majeurs de la concurrence qui, loin de toujours profiter aux acheteurs, leur vaut parfois la perte d'avantages acquis. D'un autre côté, les économistes savent que, spécialement durant les

périodes de crise, ce ne sont pas nécessairement les entreprises les plus modernes (et à ce titre, chargées de lourds amortissements) qui s'en tirent le mieux.

Ces observations sont souvent utilisées pour défendre les pratiques restrictives. L'idée est volontiers émise qu'en régularisant le marché, de tels procédés suscitent un assainissement dont le consommateur est le premier bénéficiaire (assuré qu'il sera par exemple, et ce où qu'il s'adresse, de payer le même prix pour un produit identique). Étendues à l'industrie ces pratiques garantiraient une expansion de la productivité dont la clientèle toute entière tirerait avantage. Depuis Schumpeter, il est de tradition d'avancer que les secteurs les plus mal gérés et les plus coûteux pour la collectivité sont ceux où il est impossible d'implanter l'entente volontaire (agriculture, petit commerce...). Indispensable fondement d'une politique de stabilité de l'emploi, le concert des volontés [p. 90] serait profitable à tous en permettant de rationaliser l'emploi des ressources rares.

Cette argumentation est particulièrement suspecte. À supposer que les consommateurs tirent des avantages de ces pratiques, ce qui est loin d'être toujours le cas, le but de celles-ci est d'abord de consolider et d'améliorer la situation des producteurs. Les premiers sont donc fondés à témoigner de méfiance vis-à-vis de ce mouvement. Les choses seraient peut-être différentes si, sans oublier la nécessité d'un contrôle public généralement trop faible, les organisations professionnelles intéressées acceptaient de communiquer aux groupements de consommateurs et aussi aux syndicats de travailleurs toutes les informations nécessaires pour comprendre le fonctionnement et évaluer les résultats de l'entente ou des règles de limitation de la concurrence. Nous n'en sommes pas là.

L'intérêt du consommateur est, pour une qualité déterminée, d'obtenir le prix le plus avantageux. À cet égard, le système capitaliste moderne est affecté de nombreuses contraintes capables de compromettre cet objectif (et, par exemple, l'introduction dans le prix de vente d'une marge d'autofinancement prospectif destiné à financer l'expansion du groupe). Aucun agent économique, si puissant soit-il ne dispose toutefois du pouvoir de manipuler entièrement et unilatéralement les composantes du marché : plus exactement chaque producteur doit tenir compte des préférences (spontanées ou provoquées) des consommateurs ainsi que du montant de leurs revenus quand il procède au choix des conditions de l'offre et à la détermination du contenu de ses messages publicitaires. D'un autre côté, s'il est vrai que la conquête d'une position monopolistique permet de fixer le prix à un niveau supérieur à celui qui aurait pu résulter d'une situation concurrentielle, il ne semble pas que les firmes intéressées utilisent complètement les facultés dont elles pourraient bénéficier à ce titre — ne serait-ce que pour éviter de trop mécontenter l'opinion et de pousser les autorités publiques à des interventions réglementaires.

Un second aspect de l'intérêt du consommateur est de ne pas commettre d'erreurs ou, en termes plus proches de la pratique, de n'être pas trompé sur la qualité de ce qu'il achète. En définissant provisoirement la qualité de manière très

simple comme l'aptitude d'un bien à satisfaire un besoin, il est clair que la protection du consommateur dépend du soin apporté à la fabrication de l'objet en cause. Au niveau de l'entreprise, la question essentielle reste, après avoir défini des spécifications techniques correspondant aux services attendus du produit par les consommateurs, d'assurer par un contrôle approprié le respect de ces [p. 91] spécifications c'est-à-dire de vérifier le degré de conformité des produits avec le modèle retenu. Il est acquis qu'au cours des dernières années, les entreprises ont attaché une importance grandissante au contrôle de la qualité en cours de fabrication et à la sortie d'usine — spécialement sur l'impulsion des services commerciaux inquiets de la défiance suscitée dans le public par les excès et déformations de la réclame ¹.

En raison de sa technicité je ne peux entrer ici dans un exposé des procédés de ce contrôle dont l'assiette et la difficulté varient d'une branche à l'autre ². Pour la fabrication du verre, par exemple, l'obstacle réside dans le fait que toutes les caractéristiques du matériau ne sont pas mesurables. Quant au cuir, en l'absence de normes de base auxquelles l'on puisse se référer pour déterminer les qualités d'une peau (celle-ci dépendant en particulier des traitements qu'a subis la bête durant son existence), le contrôle continue de s'opérer sans autres instruments que les yeux et les mains d'un homme. Cependant en beaucoup d'autres cas, le contrôle s'exerce désormais par des techniques objectives qui font une large place à la statistique mathématique : ainsi contrôle d'un lot de pièces sur la base d'un échantillon, le lot étant accepté ou refusé selon la teneur en pièces défectueuses dans l'échantillon par rapport à des standards préalablement déterminés (marge de tolérance convenue).

Les imperfections constatées de la sorte (ainsi pourcentage anormalement élevé de rebuts) doivent normalement conduire les entreprises à mettre en œuvre les réformes susceptibles d'améliorer la situation. On passe ainsi d'un contrôle *a posteriori* à une gestion quotidienne de la qualité — la difficulté de ces démarches provenant du nombre des facteurs qui interviennent et qui sont souvent mal connus. Les projets de cet ordre comportent inévitablement une marge d'indétermination et des risques d'erreur que limite désormais le recours à la méthode statistique. Au cours des dernières années des organisations ont été instituées en vue d'assurer la diffusion de telles méthodes.

Je mentionnerai à ce propos la fondation en septembre 1956 (à la suite de réunions organisées par l'Agence Européenne de Productivité) d'une Organisation

¹ Voir *L'Organisation de la qualité pour le marché*, Conseil National du Patronat Français, 1960. Pour une initiation aux procédés techniques : TEILLAC (Maurice), *Le contrôle technique de qualité*, Paris, 1961.

² On trouvera de nombreux exemples dans deux livraisons de la revue *Hommes et Commerce* (n^{os} 44 et 45) consacrées aux journées d'études de Qualité-France 1957.

Européenne pour le Contrôle de la Qualité. Le but de cet organisme — imité de l'American Society for Quality Control créée au lendemain de la seconde guerre mondiale — est de répandre l'usage et les applications du contrôle de la qualité et plus généralement des statistiques industrielles. Parmi les membres de cet organisme je citerai : l'Association Belge pour les Applications industrielles de la Statistique ; l'Association Française pour le Contrôle Industriel de la Qualité...

La notion de qualité évoque tout naturellement celle de marque. S'il est vrai que l'habitude de marquer des objets remonte aux temps les plus anciens, c'est seulement avec le développement de la publicité que l'usage des marques a pris, peu à peu, son ampleur et sa signification actuelles. Selon les fabricants, le produit de marque comporterait deux traits susceptibles de faciliter le choix des consommateurs : une notion d'originalité signifiant que le produit en question diffère des autres par une ou plusieurs caractéristiques (composants, procédé de fabrication, présentation extérieure, performances) ; une idée de garantie assurant l'identité de qualité des produits vendus sous des emballages identiques et valant au client l'assurance morale qu'en cas de défauts l'article sera réparé ou remplacé.

Valables en plusieurs cas, ces traits n'ont pas une portée universelle. Pour de nombreuses marchandises, la principale et parfois la seule différence entre les marques tient aux particularités de l'emballage. D'un autre côté, l'utilisation d'une marque ne signifie pas nécessairement que le produit ait fait l'objet d'un contrôle assurant régularité et qualité — cette remarque valant aussi bien pour les marques apposées par l'industrie que pour celles relevant d'une entreprise de distribution commerciale. Enfin, si la fabrication de produits industriels permet, sous réserve d'un contrôle adéquat, d'obtenir une constance ou, du moins, une régularité de la qualité, cette situation est bien plus difficile à réaliser dans l'ordre des produits alimentaires (aucune manipulation ne pouvant empêcher que la variété de printemps d'un légume diffère de la variété d'automne)¹

En définitive, la pertinence des renseignements ou la valeur de la garantie apportées par une marque et la notice explicative qui l'accompagne souvent sont très diverses. Le producteur sera enclin à ne mettre en lumière que des éléments susceptibles de favoriser la vente et à passer les autres sous silence, (ainsi présence d'un additif améliorant le goût mais sur la valeur hygiénique duquel planent des doutes). Au surplus, spécialement dans le cadre de la concurrence monopolistique, la marque est susceptible d'ouvrir des facultés d'exploitation de la clientèle qui ont déjà été évoquées. Posons ici un jalon : dans une situation comportant de telles incertitudes (multiplication des marques et des sous-marques), les organisations de consommateurs sont fondées, et sans avoir à solliciter une quelconque permission

¹ Pour l'analyse des marques les plus importantes, voir PILLET (A.), *Les grandes marques*, Paris, 1962.

des producteurs, à faire la comparaison (prix-qualité) des divers produits offerts sur le marché.

Je voudrais mentionner les liaisons que les producteurs-distributeurs s'efforcent parfois d'établir avec les consommateurs et dont les conseils [p. 93] ou clubs de clientes nées aux États-Unis aux environs des années 1930 constituent un bon exemple. Le but de ces organismes, qui ont été principalement créés autour de grands magasins (en France et en Grande-Bretagne depuis la fin de la seconde guerre mondiale) est d'organiser la consultation des consommatrices principalement sur les deux séries de problèmes suivants fonctionnement du magasin (heures d'ouverture, méthode de vente...) et choix des articles — ce qui permet de mieux connaître les besoins du public et de dégager certaines tendances de la consommation. C'est sur cette base que les grands magasins du Printemps ont fondé en décembre 1952 leur Conseil de clientes désignées en partie par diverses associations féminines, familiales... et pour le reste par la direction sur la base d'une sélection effectuée dans la clientèle de la maison. Ces conseils et organismes assimilés ouvrent aux consommateurs la faculté de transmettre leurs desiderata aux producteurs-distributeurs et d'obtenir des renseignements sur les possibilités techniques de la production.

Il semble que ces formules n'aient valu à leurs promoteurs que des résultats limités, la principale difficulté étant celle du choix des membres (assiduité et capacité de participer utilement à un débat). Les partisans du système y voient une occasion d'établir des contacts humains : ces conseils ou clubs seraient en somme une bonne écoute pour discerner le point de vue de la clientèle.

Autre initiative venant du secteur de la production : la réalisation d'études de consommation par la méthode dite du « panel des consommateurs », ce panel constituant un échantillonnage statistique de la population et, comme tel, reproduisant ses principales caractéristiques (groupes sociaux, âge, habitat...). Les membres du panel remplissent chaque semaine un carnet d'achats dont les données font immédiatement l'objet d'un dépouillement mécanographique. Cette méthode, précieuse par les informations qualitatives qu'elle apporte, est utilisée en particulier par le Centre d'Études de la Consommation et de la Distribution (CECODIS) auquel s'intéressent à la fois les grands produits de marque (alimentaires, d'entretien...) et les autorités publiques. Citons encore l'Association Française de Recherches et d'Études Statistiques Commerciales créée sur l'initiative du Conseil National du Commerce en vue de conduire des enquêtes relatives à la fonction commerciale et à la distribution.

Je signalerai une dernière initiative, assez proche du *marketing* d'ailleurs : la création par l'Électricité de France, les organisations syndicales d'installations électriques et les syndicats intéressés de la construction électrique, d'une Association pour le Développement et l'Amélioration des Installations Électriques (Promotelec).

[p. 94] Le point de départ de cette initiative est l'insuffisance et la vétusté d'un grand nombre des installations électriques dans les immeubles d'habitation. L'objet de Promotelec consiste dans l'étude et la présentation aux pouvoirs publics de toutes mesures (financières, fiscales, techniques...) permettant de porter remède à une telle situation qui met en cause aussi bien la sécurité que les commodités (difficulté de se servir d'appareils électro-ménagers) des usagers.

En définitive, plusieurs des initiatives ou conduites que je viens d'analyser, et d'autres que j'examinerai plus tard (ainsi fixation de normes ou encore réglementation technique d'un produit), sont susceptibles de valoir des avantages aux consommateurs, certaines démarches témoignant d'un désir des producteurs de coopérer avec ces derniers. Mais le secteur production-distribution reste prisonnier des impératifs du compte de profits et pertes. L'État n'est-il donc pas en une telle conjoncture la cour de dernier ressort des consommateurs ?

III. INTERVENTION DE LA PUISSANCE PUBLIQUE

[Retour à la table des matières](#)

À première vue, la protection du consommateur semble parfaitement assurée par les textes réglementaires, l'intervention de la puissance publique s'exerçant notamment en matière alimentaire, de façon minutieuse et détaillée. Voici quelques exemples, entre des milliers d'autres, de la sollicitude des pouvoirs publics à l'égard des consommateurs.

L'art. 2 de l'arrêté du 20 juillet 1956, relatif au commerce des fruits et légumes interdit la vente des fruits qui ne sont pas mûrs en disposant que ceux-ci doivent « avoir atteint un degré de développement et de maturité conforme aux usages loyaux et constants du commerce » ; un arrêté du 28 juin 1912 fixe à 100 mg pour 100 g la dose limite d'incorporation de l'anhydride sulfureux dans les « denrées à l'état sec » (dose portée à 200 mg par les circulaires des 21 août 1934 et 10 avril 1956) ; un arrêté du 7 août 1958 réglemente avec précision les qualités que doivent présenter les pommes pour qu'on puisse les vendre sous le nom de « pommes de table » ; un décret du 22 septembre 1962, s'il admet l'emploi du ferrocyanure pur pour le traitement des vins blancs et rosés, précise les conditions dans lesquelles ce traitement doit être effectué pour « permettre un contrôle efficace » [p. 95] (en particulier intervention obligatoire d'un œnologue diplômé qui procèdera sur chaque cuve ou fût aux analyses nécessaires avant et après traitement) ; un décret du 10 juillet 1963 réglemente l'étiquetage des laits fermentés et du yaourt et un arrêté du 4 octobre l'emploi des appellations — qualificatifs pour les conserves de sardines.

Il serait facile de remplir un volume avec des prescriptions de cet ordre qui s'étendent d'ailleurs à l'ensemble des objets ou activités présentant un danger pour l'homme (voir par exemple l'ensemble des réglementations relatives aux divers modes de transport).

Le texte de base qui assure la protection du consommateur français est la loi du 1^{er} août 1905 (modifiée par plusieurs textes subséquents) « sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles ». L'article premier déclare punissable toute tromperie ou tentative de tromperie sur la nature, les qualités substantielles, la composition et la teneur en principes utiles de toutes marchandises, leur espèce ou origine, la quantité ou l'identité (ainsi la substitution par exemple d'un animal ou d'un objet d'art à un autre préalablement choisi par l'acheteur). En somme, il y a tromperie dès que, dans un acte commercial, l'un des contractants n'obtient pas de l'autre ce qu'il en doit normalement recevoir. Cet article permet de poursuivre les commerçants mettant en vente des marchandises altérées ou intentionnellement modifiées (atteinte aux qualités substantielles). Sur la base de ce seul article, il n'y aurait pas tromperie si le détaillant mettait le client au courant des opérations faites (par exemple mouillage du lait). Mais ces modifications pouvant nuire à la santé du consommateur, l'article 3, al. premier 1^o, déclare de toute manière punissables des mêmes peines que la tromperie, les falsifications des denrées servant à l'alimentation de l'homme ou des animaux, des substances médicamenteuses, des boissons et des produits agricoles ou naturels destinés à être vendus ¹.

L'article II de la loi de 1905 disposait qu'il serait statué par des règlements d'administration publique sur les mesures à prendre pour assurer l'exécution de ce texte. Depuis lors des milliers de textes (lois, décrets, arrêtés, circulaires...) sont intervenus dont un assez grand nombre pris sous l'effet des circonstances (initiatives des producteurs, protestations des consommateurs, découvertes des savants, survenance d'une crise sur un marché, signature d'accords internationaux...). Dès lors, au lieu d'un code des produits alimentaires formant un tout cohérent — code dont la rapidité de l'évolution technique obligerait à revoir sans cesse le contenu — la France dispose à ce titre d'un ensemble disparate que [p. 96] seuls les techniciens sont en mesure d'utiliser. Il n'est pas toujours facile ni de déceler l'existence d'une réglementation ni d'en préciser immédiatement l'objet.

En application de la loi des finances du 30 janvier 1907, un décret du 21 octobre a institué un service de la répression des fraudes qui comprend : un service central

¹ L'ouvrage de base est : DEHOVE (R.), *La réglementation des produits alimentaires et non alimentaires et la répression des fraudes* (qui en est à sa 4^e édition à jour en 1961). Voir aussi TOUBEAU (M.), *Fraudes et falsifications, Une lutte d'un demi-siècle*, Paris, 1957, et VIVEZ (J.), *Traité des fraudes*, Paris, 1958. Pour une première initiation : VIVEZ (J.), *Les fraudes*, Paris, 1959. On trouvera quelques indications intéressantes sur le fonctionnement pratique des services de répression in LEGRIS (M.), « 14, Quai de Gesvres ... », *Le Monde*, 1-2 et 3 décembre 1963.

de la répression fonctionnant sous l'autorité du Ministère de l'Agriculture, un cadre d'inspecteurs, une série de laboratoires. Bien que le contrôle des denrées alimentaires ait été l'objet principal et immédiat des premiers organisateurs du service, il ne s'ensuit nullement que les fraudes commises dans le commerce des autres marchandises soient soustraites à l'éventualité de poursuites et de sanctions. En réalité, le service est constamment sollicité d'intervenir dans les matières les plus diverses. Parmi les dernières missions spéciales dont la répression des fraudes a été chargée, signalons l'affectation de cent inspecteurs à la surveillance de l'expérience d'« attendrissement » de la viande autorisée du 17 septembre 1963 au 15 janvier 1964 — le contrôle portant en particulier sur l'état bactériologique des morceaux « attendris » et la vente de viande attendrie à l'avance n'étant autorisée que dans la journée même de sa préparation.

En règle générale, les agents du service sont autorisés, sans saisir la marchandise suspecte, à procéder à des prélèvements d'échantillons (ceux-ci n'étant pas toutefois obligatoirement à l'origine d'une poursuite car la preuve de la fraude peut avoir lieu par tous moyens). Un décret du 2 janvier 1919 ouvre à ces agents la possibilité d'exercer leur contrôle non seulement sur les lieux de vente mais également dans les ateliers de fabrication. Jusqu'à présent le contrôle dans les ateliers n'était qu'occasionnel et son but essentiellement répressif. Une circulaire en date du 28 mars 1963 tend à l'organiser de manière plus systématique et à lui donner un caractère préventif, le but de l'opération étant d'assurer l'élévation de la qualité des produits.

Tous les pays économiquement avancés disposent de législations analogues. L'une des plus célèbres est le Federal Food Drug and Cosmetic Act des États-Unis qui a fait l'objet de nombreuses et importantes modifications depuis sa promulgation le 25 juin 1938. En particulier, aux termes d'un amendement du 6 septembre 1958, les additifs alimentaires sont soumis à un régime analogue à celui adopté pour les produits pharmaceutiques et les résidus de pesticides : leur utilisation est subordonnée à une autorisation de l'administration qui en fixe les conditions d'emploi. La requête que le fabricant est tenu de présenter à cet effet doit comporter une abondante documentation justificative.

[p. 97] Parmi les législations les plus récentes, je mentionnerai la nouvelle loi allemande sur le commerce des produits alimentaires (fruit de plusieurs années de discussions) qui vient s'insérer dans le dispositif, toujours en vigueur, de la loi du 17 janvier 1936, modifiée par le décret du 14 août 1943. Ce nouveau texte qui a suscité une violente opposition des groupes d'intérêt économiques, se présente comme une loi-cadre à préciser par des règlements d'application ultérieurs. L'originalité du régime institué est de poser de façon nette le principe de l'interdiction des matières étrangères dans les aliments — y compris dans les cas où ces substances sont seulement en contact avec la surface des denrées alimentaires ou sont susceptibles de pénétrer dans celles-ci par l'intermédiaire de l'emballage. Toutefois la loi

semblant comporter une interprétation assez restrictive de la notion de matières étrangères, on en a conclu en particulier que des substances telles que l'acide citrique ou l'acide lactique pourraient être utilisées. La loi interdit de donner aux animaux des antibiotiques avant l'abattage ou de leur injecter des matières à effet estrogène ou thériostatique. Signalons enfin que les dispositions législatives nouvelles s'accompagnent d'un renforcement des pouvoirs accordés aux autorités administratives de contrôle (sans toutefois que le droit d'investigation s'étende aux procédés de fabrication).

Il faut noter que les réglementations varient souvent d'un pays à l'autre (comme le montrent bien les efforts actuellement entrepris pour rapprocher les législations des six pays du Marché Commun). En dehors de divergences d'ordre scientifique sur l'innocuité ou la toxicité d'une substance (le débat portant surtout sur les cas intermédiaires qui sont les plus nombreux), plusieurs facteurs expliquent ces disparités parmi lesquels le degré d'avancement de chaque législation (certains pays en étant encore au système des « listes négatives » pour les additifs) ou l'état des conditions économiques de deux corps également inoffensifs et également efficaces (chaque pays choisissant celui qu'il produit lui-même à meilleur compte). Cette diversité conduit toutefois à poser le problème de la valeur protectrice des diverses réglementations nationales et spécialement de la réglementation française.

Les autorités, en particulier celles de la répression des fraudes, tout en admettant que dans certains domaines il reste encore beaucoup à faire (ainsi contrôle bactériologique, spécialement du lait), semblent être plutôt optimistes à cet égard. Elles estiment que si l'on relève encore d'assez nombreuses fraudes mineures, les falsifications grossières qui avaient lieu, voici il y a encore une trentaine d'années, ont aujourd'hui complètement disparu. En ce qui concerne les additifs, c'est le système [p. 98] de la liste positive qui est en vigueur. Encore que prise à la lettre, l'interdiction de principe ne concerne que la coloration, la conservation et l'emballage des denrées alimentaires, on admet qu'elle est de portée générale. Or l'emploi de tout produit chimique en alimentation est soumis à l'avis préalable du Conseil Supérieur d'Hygiène Publique et de l'Académie Nationale de Médecine. Ce n'est qu'après avis favorable de ces derniers que le produit chimique considéré pourra être utilisé, généralement d'ailleurs pour une denrée déterminée et à des conditions limitées.

En somme, fixant un seuil au-dessous duquel le producteur-vendeur ne peut descendre sans être passible des sanctions de la loi, le système de la répression des fraudes garantirait la protection minimum indispensable, les entreprises étant bien entendu libres de se tenir au-dessus de ce seuil et, comme nous le verrons plus loin, ayant tendance en divers secteurs à adopter cette attitude. Selon une interprétation, ce supplément par rapport au minimum réglementaire serait justement le domaine propre de la qualité.

Ajoutons un point important, spécialement dans la perspective du Marché Commun : les produits étrangers, qui entrent par importation, y compris ceux venant de nos cinq partenaires de la Communauté, sont soumis aux mêmes exigences de fabrication et de composition que les produits français : en particulier, ils ne doivent pas contenir de substances chimiques qui seraient interdites en France. Des sondages ont lieu aux frontières et l'importateur, en tant que premier négociant sur le territoire français est tenu par une jurisprudence constante pour le fabricant du produit et à ce titre pour le responsable de la composition de celui-ci. Ce risque incite donc les importateurs à demander les renseignements les plus complets sur les produits acquis à l'étranger afin de savoir s'ils répondent aux exigences de la législation française.

Cette vue, nettement favorable, du système de la réglementation française contraste avec les violentes dénonciations pessimistes qui remplissent certains pamphlets et trouvent un accès à la grande presse (et notamment à quelques uns des hebdomadaires à fort tirage). Il est possible que ces campagnes touchent les consommateurs, au moins provisoirement car, en général, une fois l'effet obtenu, d'autres thèmes « sensationnels » sont proposés au public qui en oublie ses précédentes émotions. Parmi les erreurs les plus souvent commises à ce propos figurent : la dénonciation de l'alimentation moderne par rapport à celle du bon vieux temps (qui, pourtant, selon les auteurs de l'époque comportait de nombreuses adultérations et altérations) ; l'attribution à certaines substances d'une nocivité qu'elles ne possèdent pas : ainsi la propension à [p. 99] présenter, sans l'ombre d'une preuve, de multiples substances comme cancérogènes et à donner une vue fautive du problème des additifs alimentaires (par exemple en affirmant la présence dans les conserves de grandes quantités d'additifs chimiques alors qu'il n'y en a en réalité que fort peu), etc. ... Certes la liberté de la presse est un bien trop précieux — du moins ce que les contraintes économiques en laissent subsister — pour que l'on puisse envisager sans de grandes appréhensions de mettre en cause son indivisibilité et par exemple d'exiger un minimum de qualification de tous ceux qui écrivent des livres ou des articles sur l'alimentation. Admettons au surplus que les fautes commises par les techniciens eux-mêmes rendent difficile de préconiser de telles discriminations.

Cependant, compte tenu des erreurs et dommages que peuvent susciter de telles campagnes, il serait souhaitable d'accorder une sorte de droit de réponse (en particulier par le truchement de la R.T.F.) aux organismes de représentation des consommateurs (la dispersion de ces groupes compliquant d'ailleurs la réalisation d'une semblable entreprise). Il serait en tout cas désirable que le système soit étendu aux cas inverses, c'est-à-dire à l'attribution à un produit de propriétés imaginaires ou de facultés miraculeuses par des commerçants peu scrupuleux.

En définitive, je pense que la situation est celle que dépeint le Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches en trois courtes phrases : « Non, on ne nous

empoisonne pas ! Oui, l'addition de produits chimiques n'est souvent qu'une solution de paresse. Non, le consommateur n'est pas parfaitement protégé » ¹.

Parmi les causes de cette insuffisance, je mentionnerai :

— L'incapacité flagrante des autorités à obliger les firmes à assumer la totalité des coûts sociaux de leur fabrication. — En vue d'élargir les profits, celles-ci s'efforcent de minimiser les frais qu'elles sont appelées à régler même si la collectivité doit souffrir de telles pratiques (ainsi rejet incontrôlé des fumées et des eaux usées). Nul n'a jamais calculé la charge que représente pour l'ensemble de la communauté la formation du bénéfice qu'encaissent quelques-uns de ses membres. Cette indifférence des firmes aux coûts sociaux de leur activité est l'une des tares majeures du système capitaliste.

— L'extrême complexité de certains problèmes auxquels les pouvoirs publics n'attachent pas une attention suffisante ou, ce qui revient au même, n'affectent pas assez de crédits (ainsi, la présence accidentelle de substances étrangères dans les aliments : contaminations, pesticides, radioactivité...).

[p. 100]

— L'absence de réglementations en certains domaines. — Ainsi, selon F. Custot, la faiblesse de la réglementation dans le domaine de la biscuiterie et de la confiserie (ce qui rend possible la mise en vente de « pains d'épices au lait » contenant moins de 1 litre de lait pour 100 kg de pain d'épices) ², ou, ce qui est pareil, la lenteur à prendre les réglementations détaillées prévues par le texte de base (ainsi pour la publicité des produits pharmaceutiques).

— Les tolérances acceptées par rapport à des prescriptions législatives ou réglementaires soit simplement *de facto*, soit par le truchement d'une circulaire ministérielle. — Certes les circulaires n'ont de valeur contraignante que par rapport aux agents placés en position hiérarchique : en particulier leur contenu ne s'impose pas au juge. Cependant si les agents ne verbalisent pas, le risque d'intervention de l'autorité judiciaire, au besoin contre la concession faite, a bien moins de chances de se produire. Voir à ce propos la perpétuation de la tolérance d'addition d'acide borique au beurre fermier par une série de circulaires illégales dont la première remonte à 1916 ³. Autre exemple, et il serait facile de multiplier les cas : le fait qu'en

¹ Conclusion que rejoint une étude de A. VERNHOLES dans *Le Monde*, 7 et 8 mars 1963, sous le titre « La protection du consommateur français est insuffisante ».

² In *Le consommateur face au progrès technique*, *op. cit.*, p. 63.

³ On rappelle que, dès le 28 décembre 1891, le comité consultatif d'hygiène publique de France condamnait l'emploi du borax ou de l'acide borique pour la conservation des substances alimentaires. À plusieurs reprises (1949, 1950, 1952 et 1957), le Conseil Supérieur d'Hygiène Publique a témoigné de la même hostilité. L'Académie Nationale de Médecine, en date des 16 mars 1940 et 25 juin 1963, a réclamé la suppression dans le beurre de l'acide borique et de ses

dépit d'une interdiction de vente du lait pasteurisé en vrac dans les agglomérations de plus de 20 000 habitants on continue à le faire à Paris.

— La perpétuation de méthodes administratives désuètes et en particulier la dilution de la responsabilité d'une décision même mineure entre un grand nombre de services ce qui est toujours facteur de retard et parfois élément de blocage. Sait-on (je dois l'exemple à Mme J. Picard) que le décret n° 53.1048 du 26 octobre 1953 (*J.O.* du 27) portant règlement d'administration publique pour la fabrication et la vente de certains fromages fut signé ou contresigné par le président du Conseil, 6 ministres (Agriculture, justice, Intérieur, Finances et Affaires Économiques, Industrie et Commerce, Santé Publique et Population) et 2 secrétaires d'État (Affaires Économiques, Commerce).

— L'insuffisance de l'information et, en plusieurs cas, la tendance, qui n'est pas particulière à la France, à entourer du secret d'État les délibérations des grands Conseils publics en matière alimentaire.

— La préférence donnée aux mobiles commerciaux sur les considérations relatives à la santé publique. — Soit le cas des colorants : on s'est aperçu qu'une partie de ceux utilisés en alimentation présentent une certaine toxicité à long terme, certains même étant cancérigènes. Or les colorants n'ont d'autre objet que d'influencer les clients lors de la décision d'achat (un sirop foncé étant préféré à un sirop pâle...). À supposer qu'on en interdise l'emploi, les consommateurs finiraient par se [p. 101] résigner à acquérir des huiles et des pâtes d'apparence pâle mais de goût exactement identique aux précédentes. En somme, sans qu'elle soit urgente, la suppression totale des colorants serait peut-être une mesure utile (réserve faite toutefois des implications de la concurrence internationale).

— La pauvreté des laboratoires dont l'activité conditionne pourtant l'amélioration de nos connaissances en matière alimentaire. — Selon une enquête récente sept laboratoires seulement consacraient une partie de leur activité à la recherche des facteurs toxiques dans l'alimentation. Il n'y aurait pas au total plus de 300 chercheurs affectés aux problèmes de la nutrition. Et dès lors comme on ne peut pas systématiquement bloquer toutes les innovations dont le rythme s'accélère, le risque existe que des décisions soient prises sans justifications scientifiques ou techniques suffisantes. Cette même insuffisance s'observe au niveau de la répression des fraudes dont le budget en 1960 n'aurait représenté que 20 centimes par consommateur. Tout ceci traduit l'avarice des sociétés riches ou en voie d'enrichissement à l'égard des coûts de l'homme.

dérivés. Or il a fallu attendre le 4 novembre 1963 pour qu'une circulaire mette fin, définitivement (du moins est-on fondé à l'espérer), à toute tolérance d'emploi de l'acide borique.

— La persistance de méthodes de commercialisation désuète. — Ainsi l'évaluation au coup d'œil par le boucher des carcasses achetées, d'où résultent des erreurs de jugement dont l'intéressé se rattrape finalement sur l'acheteur.

Une fraction de ces tendances relève de l'inertie bureaucratique. Mais, le reste, et il s'agit d'une part très large, est le résultat des pressions des groupes économiques dont nous savons sur la base d'une longue expérience qu'ils trouvent assez facilement l'oreille des administrations techniques. Or, les organisations de consommateurs, même quand, le pouvoir les consulte (ce qui est une pratique récente) n'ont généralement pas assez de force pour s'opposer aux entreprises de ces groupements. Et, dès lors, malgré certaines digues au profit des consommateurs (force et intégrité du service de la répression des fraudes), le courant de la vie économique va dans le sens des intérêts du secteur production-distribution.

Je voudrais évoquer enfin le texte réprimant la publicité mensongère que vient de voter le Parlement (art. 6 et 7 de la loi des finances rectificative pour 1963). Selon l'usage qui en serait fait, ce texte qui englobe aussi bien la fourniture de produits que la prestation de services est susceptible de jouer un rôle appréciable dans la lutte pour la protection des consommateurs. Je voudrais en signaler rapidement l'inspiration ¹.

Le point de départ (art. 6, alinéa 1) est l'interdiction de « toute publicité faite de mauvaise foi comportant des allégations fausses ou induisant en erreur » ; cette réglementation vise les cas d'allégations précises [p. 102] portant sur un certain nombre de points énumérés par le texte. Notons que la première version qui émanait du gouvernement était plus sévère. Elle énonçait qu'est interdite toute publicité, comportant des allégations fausses ou susceptibles d'induire en erreur... ». Le parlement a finalement adouci le texte proposé sur deux points — il y a ajouté la notion de « mauvaise foi » et a estimé que l'insertion des mots « susceptibles de... » laissait un trop grand pouvoir d'appréciation au service de la répression des fraudes.

On s'est demandé si la première de ces modifications n'était pas appelée à retirer toute efficacité au texte voté. Il ne le semble pas, à condition du moins que soit appliquée à cette matière la jurisprudence relative à la répression des fraudes. Les tribunaux en effet, tout en faisant de l'intention frauduleuse un élément constitutif de la notion de tromperie, qui inclut ainsi la mauvaise foi, refusent d'admettre que la négligence, voire l'ignorance soient invoquées pour établir la bonne foi.

Quant aux points sur lesquels doivent porter les allégations, ils sont énumérés par l'al. 2 de l'article 6 : « La nature, la composition, l'origine, les qualités

¹ Voir à cet égard la note du Laboratoire Coopératif, *À propos de publicité mensongère. Naissance d'une loi*, juillet 1963.

substantielles, la date de fabrication, les propriétés des produits ou prestations de service qui font l'objet de la publicité, les motifs ou les procédés, les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, l'identité, les qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs ou des prestataires ». Ce dispositif, plus précis que celui du gouvernement, paraît bien couvrir l'essentiel des situations à propos desquelles sont susceptibles de s'exercer les démarches contestées.

L'article 7, al. 1^{er}, prévoit que les infractions commises à ce titre sont punies des peines attachées à la loi sur la répression des fraudes. Il donne aux tribunaux la faculté d'ordonner la cessation de la publicité incriminée et également la publication du jugement. L'al. 2 prévoit que les infractions sont relevées par les agents du service des enquêtes économiques et de la répression des fraudes. Il dispose également que ces agents peuvent se faire communiquer par les annonceurs tous documents afin d'étayer leur enquête. Cette dernière disposition, qui n'était pas dans le projet initial, représente la version assez adoucie d'un amendement parlementaire qui faisait obligation à l'annonceur « de mettre à la disposition des services de contrôle les éléments d'appréciation justifiant les allégations publicitaires employées ». Même dans le dernier état de ce texte, il est permis de considérer que les affirmations publicitaires sont désormais tenues d'avoir un fondement objectif. Enfin l'al. 3 de l'art. 7 prévoit la transmission immédiate au procureur de la République des procès-verbaux établis par les agents.

[p. 103] Sans pour autant admettre que la réglementation de la publicité — dont la nocivité ne se limite pas à la propagation de l'erreur — soit susceptible d'entraîner une « moralisation » sensible du régime capitaliste, je pense que ce texte, du moins au plan de l'utilité immédiate n'est pas sans valeur. Mais tout dépend, bien sûr des conditions de sa mise en œuvre.

Il serait certes souhaitable que les associations de consommateurs soient en mesure de poursuivre en justice les annonceurs faisant de la publicité mensongère. Cependant de telles interventions se heurtent à la très vive hostilité de principe dont témoigne le ministère de la justice vis-à-vis des démarches des organismes privés dans l'action publique. Il reste au moins à ces groupements la faculté de dénoncer les mensonges les plus flagrants au service de la répression des fraudes.

L'œuvre accomplie par les gouvernements nationaux en faveur des consommateurs se prolonge en quelque mesure au plan international. Nous avons déjà rencontré à cet égard l'O.M.S. et la F.A.O., la première paraissant mieux équipée que la seconde pour apporter d'utiles contributions au bien-être des consommateurs, spécialement sous l'angle de la santé. Parmi les dernières manifestations de l'O.M.S., signalons la tenue à Moscou (mars 1964) d'un symposium sur la toxicologie des médicaments qui a étudié diverses mesures propres à renforcer la sécurité des malades. Je voudrais également mentionner, en raison de son effort de documentation et de recherche en matière alimentaire, la Commission Internationale des Industries Agricoles (organisation

intergouvernementale fondée en 1934 à l'initiative du gouvernement français). La Commission possède un très large matériel documentaire (plus de 500 000 fiches, 30 000 volumes et 1 500 périodiques...). Elle organise des *symposia* annuels sur les matières étrangères dans les aliments. La consultation des travaux préparés pour ces réunions montre bien l'extrême complexité de ces problèmes et les difficultés qu'éprouvent souvent les techniciens à trouver des formules d'accord.

Je signalerai enfin le cas du Comité Européen de Recherches sur la protection des populations contre les risques de Toxicité à long terme (EUROTOX). En raison de sa structure même (communauté indépendante d'hommes de science) ce comité se rapproche beaucoup des organismes agissant en faveur des consommateurs et qui seront étudiés au titre suivant. Je place ici cet organisme du fait que le but de son travail est de créer les bases nécessaires pour la protection de la santé publique et de les mettre à la disposition de l'O.M.S. et de la F.A.O. Sa principale préoccupation est l'étude des divers facteurs exogènes qui, par action prolongée, peuvent mettre la santé humaine en danger.

*
* * *

[p. 104] Compte tenu de l'objet principal de ce livre qui est d'analyser l'action et les chances d'efficacité du mouvement des consommateurs en tant que tel, je ne suis pas en mesure d'analyser tous les efforts entrepris par les autorités pour mettre fin aux diverses formes d'exploitation qui accablent ou menacent les consommateurs dans les sociétés modernes. Chemin faisant, j'ai d'ailleurs esquissé le sens et la portée des activités déployées à ce titre (notamment pour les pratiques restrictives industrielles et commerciales).

Comme exemple de telles mesures, je signalerai l'ordonnance contre les radiations promulguée le 19 avril 1963 par le Conseil Fédéral helvétique — texte qui avec ses 116 articles compte parmi les réglementations les plus complètes que l'on connaisse. Trois ordonnances d'application (entrant en vigueur le 1^{er} novembre) viennent d'être prises ayant trait respectivement aux cadrans luminescents des montres, aux installations médicales à rayons X et à la radio-protection des pédoscoptes (appareils utilisés dans le commerce de la chaussure afin de permettre au client de vérifier l'adaptation à son pied du modèle choisi). Le corps médical est en principe opposé à l'usage des pédoscoptes : cependant le Conseil Fédéral, tout en recommandant aux commerçants de renoncer à cet appareil, n'en a interdit l'usage que pour les enfants de moins de 10 ans et s'est borné pour le surplus à fixer des conditions d'emploi qui réduisent la puissance et la dispersion des radiations.

De telles protections ne sont certainement pas négligeables. Pourtant, tout compte fait, même si les efforts analysés dans ce chapitre, et notamment

l'intervention de la puissance publique, sont susceptibles de redresser quelques uns des torts causés aux consommateurs, je ne crois ces activités ni assez nombreuses ni assez puissantes pour renverser le sens de la vie économique qui, de nos jours, va de la production à la consommation.

Étudiant voici quelques années le rôle du consommateur sous le titre *Souverain ou victime ?*¹, A. Sauvy note que malgré ses déboires et les coalitions malthusiennes, le consommateur n'est pas toujours sans pouvoir. Comme le montre la ruine temporaire des vallées de Quillan et d'Esperanza par suite de la renonciation des hommes au port du chapeau, une telle capacité n'est pas imaginaire. Cette force toutefois trouve rapidement ses limites dans sa nature même qui est celle d'« un pouvoir aveugle, individuel ou plus exactement d'une poussière de petits pouvoirs ... dont l'ensemble est imposant, mais que ne coordonne aucune [p. 105] volonté consciente du but poursuivi ». Certes observe Sauvy, « il reste au consommateur qui fait ses achats la possibilité d'errer de Dupont en Durant et de Dupont en Martin, mais ceux-ci ne s'émeuvent que modérément de ces infidélités successives : et ils n'ont pas plus à s'en émouvoir que le propriétaire d'une chasse ne le fait de quelque migration de lapins qui aura tôt ou tard son reflux ». La comparaison est peut-être cruelle : aucune des analyses faites en ce chapitre ne permet en tout cas de contester l'authenticité du rapprochement. Au surplus, des efforts sont constamment entrepris, parfois avec le concours des autorités, pour protéger les producteurs et le marchand contre la mobilité éventuelle de la consommation ou pour conduire la seconde à faire bon accueil aux nouveautés proposées par les premiers. Cependant, si le consommateur reste ainsi l'homme seul auquel les pouvoirs n'apportent qu'une aide imparfaite et limitée, est-ce par absence d'un intérêt commun ou par défaut de perception de celui-ci ?

¹ *Coopération*, avril 1953, pp. 16 et 18. Voir aussi les observations sur la force des consommateurs présentées par A. SAUVY au Congrès national de 1963 du Mouvement Coopératif (pp. 218-243 du compte rendu imprimé).

[p. 106]

CHAPITRE IV

DIMENSIONS DE L'INTÉRÊT COMMUN

[Retour à la table des matières](#)

J'UTILISE la notion d'intérêt commun, déjà employée dans mes précédentes études sur la pression des groupes, au sens d'une disposition collective à agir en vue de réaliser une fin quelconque. Il s'agit, dans ce chapitre, de déterminer l'ampleur et l'intensité des éléments susceptibles de provoquer, au niveau de la consommation, l'engagement collectif et l'unification des conduites.

À ma connaissance, le problème n'a pas encore fait l'objet d'une analyse systématique. On dit volontiers que tous les hommes sont des consommateurs mais sans marquer, et cet oubli me paraît capital, que la défense des intérêts liés à la consommation n'a pas la même urgence ou le même caractère de nécessité pour les diverses catégories sociales. On signale aussi que la plupart des consommateurs sont également producteurs de biens ou de services, mais sans analyser assez à fond la nature et la portée de conflits qu'entraîne ou peut entraîner cette double appartenance. L'expérience établit, et il faut indiquer les causes et conséquences de cette tendance, que les travailleurs, y compris ceux à revenu modeste qui sont la grande majorité, participent au combat pour la répartition du produit social en cette qualité et non en leur état de consommateurs.

Je voudrais évoquer successivement ces différents thèmes en vue de dégager finalement les traits originaux de l'intérêt commun dans l'ordre de la consommation. Un tel schéma dont je n'entends pas dissimuler les imperfections me paraît indispensable pour comprendre les difficultés de recrutement et d'intervention que rencontrent les groupements voués à la protection des consommateurs.

[p. 107]

I. LES HOMMES EN TANT QUE CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

Les commentateurs soulignent volontiers que tous les hommes sont des consommateurs ou, ce qui revient au même, que l'univers de la consommation s'étend aux dimensions de la collectivité toute entière. Dès lors, il n'est aucune des formes d'exploitation déjà évoquées — la pollution atmosphérique, les médicaments dangereux ou la publicité mensongère — dont la suppression ou la diminution n'apporteraient des avantages à tous les consommateurs sans qu'il y ait lieu d'établir entre eux une discrimination extérieure à l'acte de consommation lui-même. S'il est vrai que trop de produits aux effets inconnus ou mal connus sont incorporés dans nos aliments, tous les hommes sans distinction d'âge, de condition sociale, d'appartenance professionnelle... ont intérêt à un redressement de la situation aussi complet que possible. À ce titre, il est légitime de tenir la protection des consommateurs pour l'une des responsabilités fondamentales des autorités publiques ou, ce qui revient au même, pour l'un des aspects majeurs de l'avantage collectif. Sur cette base, un but unit ou, du moins, pourrait unir la totalité des consommateurs : la maximation des satisfactions de tous ordres que les hommes tirent de l'utilisation des ressources disponibles.

Cette présentation comporte un mérite particulier : elle montre que c'est en se plaçant au niveau ou du côté de la consommation que les pouvoirs publics ont chance de faire participer le maximum de personnes aux résultats de l'expansion économique (la baisse générale des prix de tous les articles de consommation, sans modification des revenus nominaux que le gouvernement soviétique pratiqua à diverses reprises, voici quelques années, constituant un exemple typique de cette politique). Si les actions engagées au plan de la production sont rapidement affectées de favoritisme professionnel ou de corporatisme (en bien des cas création de privilèges au détriment des finances publiques), les interventions faites au bénéfice des consommateurs semblent bien, par la généralité même de leurs destinataires, accorder plus d'attention au souci de développer l'égalité ou de ne pas accroître l'inégalité entre les hommes.

Il est probable, et ceci explique bien des conduites des gouvernants, que les bénéficiaires des premières, ayant le sentiment d'obtenir une situation de faveur, marquent plus de reconnaissance à l'égard des autorités que les destinataires des secondes. Tant il est vrai que les hommes ont généralement assez peu de gratitude vis-à-vis des auteurs de mesures [p. 108] dont tous les membres de la collectivité se partagent le bénéfice — de telles mesures, ainsi un dispositif pour améliorer la qualité de l'eau, risquant même de passer inaperçues en dehors d'un cercle restreint de spécialistes.

Jusqu'à présent, j'ai raisonné à partir d'un intérêt global des consommateurs en tant que tels, c'est-à-dire d'une préoccupation commune à l'ensemble des membres de la collectivité. Or, si une telle préoccupation peut se manifester, généralement avec une faible intensité, au niveau des biens soustraits à l'appropriation privée (l'air atmosphérique étant l'une des rares composantes de cette catégorie), ainsi que des services généraux rendus par la collectivité (ainsi lutte contre la propagation des épidémies), la situation n'est pas la même au titre des articles distribués sur la base du rationnement monétaire (« demande solvable »). Dépendant de la structure des revenus, cette distribution est, à l'image de la première, essentiellement inégalitaire. Or, cette inégalité a pour effet direct de diminuer la pression du secteur de la consommation et de susciter au surplus l'apparition d'attitudes peu propices à l'exercice d'interventions collectives des consommateurs sur les pouvoirs publics. En somme les inégalités dans la formation des revenus compromettent l'unité d'action des intéressés au niveau de l'emploi de ces revenus et augmentent les difficultés d'une défense indifférenciée des consommateurs.

Avant d'expliquer les mécanismes de cet affaiblissement, je voudrais rappeler qu'en dépit de tant de présentations apologétiques, une profonde inégalité des revenus caractérise les sociétés capitalistes (le seul point qui justifie un débat étant de savoir si cette inégalité tend à diminuer ou montre des signes d'aggravation et, au minimum, de consolidation). Cette situation est peu contestée, et d'ailleurs peu contestable pour le cas de la France. Les travaux de G. Mathieu, fondés sur les statistiques fiscales de 1961, montrent qu'entre la catégorie la plus défavorisée (les paysans pauvres ou économiquement faibles) et le revenu moyen des 1 000 contribuables les plus aisés, il y a une disparité brute (avant impôt) de 1 à 710 et une disparité nette (après impôt) de 1 à 350. Encore s'agit-il là d'une comparaison de moyennes de groupes dont l'effet est de tasser les différences individuelles qui s'observent à l'intérieur de chacun des groupes considérés. Si l'on prend les cas les plus extrêmes, le moins bien pourvu des paysans pauvres et le plus fortuné du groupe supérieur, la disparité nette va de 1 à 1 000.

En définitive, selon cette estimation dont les bases paraissent acceptables, l'échelle des revenus nets va en France de 1 à 1.000 pour les cas [p. 109] extrêmes et de 1 à 350 pour les moyennes des groupes — les revenus les plus élevés résultant habituellement de l'addition de plusieurs revenus de sources ou natures différentes (traitement et dividendes, par exemple). Or les gros contribuables ont bien des moyens de diminuer leurs déclarations fiscales que ne possèdent pas les petits (revenus non déclarés de capitaux placés à l'étranger ; extension des avantages soustraits au fisc parce que versés sous forme de remboursements de frais déductibles ou attribués en nature au titre de l'activité professionnelle ainsi concession d'une voiture qui n'est pas nécessairement immobilisée durant les jours de congé). Dès lors, les disparités calculées sur la base des déclarations fiscales sont des minima. Observons que de telles disparités caractérisent également la catégorie

des revenus proprement salariaux (de 1 à 40 en net pour l'ensemble du groupe, de 1 à 6 si l'on considère la seule main-d'œuvre ouvrière) ¹.

Il est fréquent que l'on oppose à cet égard le cas de la France à celui de pays capitalistes plus avancés dans lequel l'inégalité serait beaucoup moins marquée et surtout serait en voie de régression rapide. C'est un des points essentiels de la thèse de l'auto-correction du capitalisme sous l'effet des mesures prises par des gouvernements éclairés.

Cette diminution de l'inégalité sociale par la voie fiscale est volontiers utilisée par les Américains comme un article de propagande. La thèse a pourtant des imperfections capitales. En premier lieu, elle reste muette quant à l'utilisation des fonds soustraits aux contribuables ou plus exactement quant aux bénéficiaires finaux des dépenses gouvernementales : or il reste à démontrer qu'en définitive les couches aisées ne tirent pas de plus grands bénéfices que les couches pauvres des largesses publiques (ainsi construction de larges autoroutes dont les possesseurs de voitures puissantes tirent le maximum d'avantages). D'un autre côté les transformations que mettent en lumière les statistiques disponibles sont bien éloignées d'avoir l'ampleur que leur prêtent les partisans du régime : en matière fiscale, comme en tout autre domaine, il y a la doctrine et la pratique ².

C'est peut-être pour la Grande-Bretagne que l'écart entre la réalité et la représentation que l'on s'en fait, surtout à l'étranger, est le plus grand. Les statistiques selon lesquelles une personne seulement sur 400 disposerait d'un revenu net annuel de plus de 4 000 £ ne cadrent nullement avec ce que révèle l'observation quotidienne de la société britannique. À en croire le tarif officiel des droits de succession, le fisc aurait vite fait d'absorber les fortunes familiales : or il existe, pratiquement au bénéfice des plus riches, de telles facilités, dont plusieurs parfaitement [p. 110] légales, pour éviter cette imposition que l'on a pu qualifier le système de *farfical*. Et des facilités du même ordre sont disponibles au titre de la formation et de la préservation des revenus annuels : le fait que garages et parcs de stationnement débordent de Bentleys n'a pas d'autre explication.

¹ Voir l'étude de G. MATHIEU in *Cahiers du Centre d'Études Socialistes*, 15 avril-1^{er} juin 1963, n^{os} 27 à 29, pp. 3-17. Pour une analyse plus détaillée par le même auteur se reporter à *Temps Modernes*, septembre-octobre 1962, pp. 403-458. Le ministère des Finances vient de rendre publiques les statistiques fiscales de 1962 (*Statistiques et Études Financières*, novembre 1963, pp. 1357-1389). Les données ainsi fournies confirment les observations faites au titre des exercices précédents. Environ 7,5 millions de ménages (sur 14) ne figurent pas dans ces statistiques, leur revenu étant trop bas pour qu'ils soient tenus de le déclarer au fisc. La catégorie la plus élevée (revenu net déclaré supérieur à 500 000 F.) comprend 422 personnes – C. Mathieu estimant que les revenus les plus forts de cette catégorie doivent approcher les 1 800 000 F.

² Voir sur cette question : KOLKO (G.), *Wealth and power in America*, An analysis of social class and income distribution, New York, 1962.

Dans un récent ouvrage ¹, R. Titmuss (professeur à l'Université de Londres) a contesté qu'il y ait eu en Grande-Bretagne un déclin substantiel de l'inégalité sociale depuis la fin de la guerre. Sans contester l'existence de forces qui tendent, à l'égalisation, il signale la présence d'autres facteurs jouant comme des multiplicateurs dissimulés de l'inégalité — facteurs qui ne sont pas mesurés par les statistiques du revenu et ne le sont que marginalement par celles de la fortune. En réalité, l'erreur que commettent aujourd'hui les théoriciens de la « société industrielle » — selon lesquels les univers capitalistes et communistes évolueraient dans la même direction — est d'oublier l'existence dans les premiers d'un groupe particulier qui, propriétaire ou gestionnaire des moyens de production, dispose du pouvoir d'en assumer la gestion à sa convenance et selon son intérêt propre. Par rapport aux régimes de type collectiviste, c'est une différence de nature qualitative et l'on doit y voir le plus gros obstacle à une redistribution des revenus dans le sens d'une authentique égalisation de la condition humaine.

J'ai relativement insisté sur cette inégalité car elle permet de comprendre que l'intérêt commun des consommateurs ait une portée différente, du moins pour tout ce qui s'achète sur le marché, selon les groupes sociaux en présence. Sans qu'il soit besoin d'une longue démonstration à cet effet, on peut avancer que la nécessité d'une défense des consommateurs, spécialement dans l'ordre des prix et de la durée d'usage, est directement proportionnelle à la place qu'occupent dans le budget les dépenses biologiquement ou physiquement incompressibles. N'en tirons certes pas l'idée que les consommateurs pauvres ressentent nécessairement l'intérêt qu'ils auraient à intervenir de manière collective ni qu'ils se défendent mieux vis-à-vis des commerçants que les consommateurs riches où simplement aisés. Tout ce que l'on peut dire est que ces derniers, dès lors que leurs revenus courants permettent de couvrir, sans soucis particuliers, les besoins ordinaires de la vie, ressentiront moins durement que les premiers les difficultés et les embûches de la condition de consommateur dans les sociétés modernes.

Parlons net. Si tous les consommateurs, c'est-à-dire l'ensemble de la collectivité, peuvent être intéressés par une réduction du coût de la distribution, ce sont les consommateurs à revenus modestes ou moyens qui [p. 111] ont le plus grand intérêt à la réalisation d'une baisse substantielle de cette charge. Autrement dit, au titre de tous les biens et services qui font l'objet de transactions monétaires (et ceci inclut aussi bien le règlement des dépenses de nourriture que le paiement des actes médicaux), il existe une étroite relation entre la défense des consommateurs et la protection générale des foyers populaires. Si cette défense ne saurait être exactement assimilée à la protection d'un intérêt de classe, c'est tout de même en fonction et par rapport à la distribution des hommes en groupes sociaux dotés de moyens financiers très inégaux qu'elle prend sa véritable signification.

¹ *Income distribution and social change*, Londres, 1962.

Il est bien clair que les premiers efforts de coopération dans l'ordre de la consommation (les Équitables Pionniers de Rochdale) ne pouvaient sortir que d'un milieu aux prises avec une exploitation forcenée des travailleurs et une dure misère ouvrière. Si, depuis, le champ de la coopération s'est naturellement étendu, la nécessité d'économiser au maximum sur les achats et de tirer le parti maximum du revenu disponible n'a pas changé de secteur.

En dispensant de tels soucis, la richesse entraîne un autre comportement d'intensité d'ailleurs variable selon les sociétés : le souci des « consommations ostentatoires ». Veblen, dont le nom reste attaché à l'exposé de cette propension, a raillé en termes mordants cette tendance des riches à prendre leurs repas jusque dans l'intimité de leur propre maison, à l'aide d'ustensiles en argent fabriqués à la main et de porcelaines également peintes à la main (et souvent d'une valeur artistique douteuse...). Les manies ont changé mais le snobisme qui les suscite est toujours présent et ouvre aux commerçants astucieux d'inépuisables sources d'enrichissement. Les économistes appellent « effet Veblen » la norme voulant que la hausse du prix des objets de luxe en augmente la demande. On n'en finirait pas d'énumérer des biens et services dont la réputation d'être « le plus cher » consolide et développe la clientèle. Le luxe ne serait plus exactement tel si l'acquéreur ne versait pas une sorte de prime destinée à en écarter les autres.

J'aurais à peine mentionné ce phénomène si, par suite de l'émulation sociale ou de ce que J.-S. Duesenberry a appelé l'« effet de démonstration », cette propension ne tendait à se diffuser même dans des milieux qui pourtant n'ont pas la faculté d'ignorer les répercussions financières de leurs achats. Chacun connaît pour son propre compte la difficulté de marchander ou simplement de demander une qualité inférieure en présence d'un vendeur qui connaît son métier, c'est-à-dire qui sait au bon moment afficher un certain sourire d'arrogance ou de commisération. Il [p. 112] serait bien étonnant qu'il n'en allât pas ainsi dans des sociétés où le manque d'argent passe si souvent pour un témoignage d'impuissance ou d'incompétence.

De ce point de vue, la catégorie des petits bourgeois et de ceux qui aspirent à entrer dans cette catégorie offre un champ d'étude particulièrement étendu (ainsi, cas du commerçant enrichi qui se constitue sur le tard une bibliothèque en s'achetant quelques mètres d'ouvrages richement reliés). Et le marché des voitures se rétrécirait si la possession d'un véhicule n'ajoutait quelque chose au standing social de l'intéressé. Nous retrouvons ici les conduites d'imitation ou d'émulation — les riches ouvrant le chemin sur lequel se précipitent les moins favorisés — que s'efforcent d'utiliser les techniciens de la recherche motivationnelle. Ce ne sont pas là des dispositions psychologiques propres à faciliter la formation d'un front des consommateurs.

Un autre trait particularise l'intérêt commun des consommateurs : l'extrême diversité de ses points d'application. Producteur généralement spécialisé, l'homme est toujours, et de plus en plus, un consommateur universel. Cette situation qui

complice énormément, nous l'avons vu, la fonction d'achat, risque d'entraîner une conséquence supplémentaire au niveau de l'action collective : la propension des consommateurs à se contenter d'une adhésion spécialisée à propos d'un domaine qui leur vaut des difficultés particulières (logement et rapports avec les propriétaires d'immeubles) ou leur tient spécialement à cœur (possession d'un véhicule automobile ou tourisme) sans que cette démarche les conduise à une vue d'ensemble de leur condition de consommateur.

Cette fragmentation peut sembler inévitable si l'on considère la multiplicité et la variété des articles qui composent les budgets familiaux. Sans doute l'accomplissement d'actions spécialisées est-il susceptible, dès que le quantum de puissance nécessaire est atteint, de valoir des avantages à ceux qui s'y livrent ou en bénéficient (lutte contre l'expulsion des locataires n'ayant aucune faculté de relogement). Pourtant, il ne saurait y avoir de véritable promotion de la consommation sans une action de portée générale qui embrasse toutes les formes d'exploitation et tente d'y remédier en disposant pour chaque problème particulier de la totalité des forces disponibles.

Voici un autre facteur capable de compliquer la formation d'un front uni des consommateurs : les conflits d'intérêts ou rivalités de toutes sortes qui se manifestent au sein de cette catégorie. Parmi ces conflits, mentionnons ceux qui opposent une catégorie à l'ensemble de la collectivité : il en va ainsi notamment à propos des problèmes posés par la circulation automobile dans les villes (bruit, pollution atmosphérique...) et hors des cités (rappel des difficultés que soulève le tracé des autoroutes). D'autres conflits peuvent s'élever à l'intérieur d'une catégorie déterminée : ainsi, dans l'ordre du logement, la part respective de chaque type d'habitat dans les programmes financés ou appuyés par les autorités publiques. En réalité, sous un intérêt commun apparemment uniforme — le souci de chacun d'obtenir un logement qui corresponde à ses besoins — de profondes divergences tenant à la condition sociale et au niveau des ressources financières séparent les consommateurs en groupes qui s'ignorent ou même entrent en lutte pour la conquête d'un rang prioritaire dans l'attribution des ressources disponibles.

En l'état actuel de l'organisation socio-économique, la puissance publique abandonne souvent au marché la charge de réaliser les options inévitables (quitte à entreprendre une certaine action correctrice : par exemple, édification d'immeubles à loyer modéré avec l'aide de la trésorerie publique). Ces conflits prendraient un tour plus vif et une allure plus nette si les autorités, au lieu de suivre les tendances spontanées de la consommation telles que les modèle la demande solvable, choisissaient de diriger l'affectation des ressources rares selon une estimation consciente des besoins sociaux (ainsi consécration de la plus large part des moyens dont dispose l'industrie du bâtiment à l'édification de logements populaires et d'écoles). Dans la mesure où ces conflits sont tranchés quotidiennement non par une décision ouverte des autorités mais par la dictature silencieuse de l'argent, nous

sommes enclins à en sous-estimer la gravité ou, plus exactement, nous n'entrevoions leur urgence qu'à travers les résultats qu'ils provoquent (construction pour les riches d'appartements avec jardins en terrasses d'un luxe oriental tandis que des familles en sont réduites à faire du squattage dans des immeubles menaçant ruine).

Toutes les remarques ainsi présentées tournent autour d'une notion centrale : l'hétérogénéité de l'intérêt commun des consommateurs selon les groupes sociaux dont ils relèvent. Certes, on peut admettre que certaines grandes formes d'exploitation concernent l'ensemble de la collectivité des consommateurs-usagers : ainsi la pollution atmosphérique. À condition de l'assortir des réserves indispensables (les banlieues riches étant tous de même mieux protégées de la corruption de l'air que les faubourgs ouvriers), l'observation reste plausible. Mais dès que l'on s'en tient aux dépenses du budget familial, les différences observées d'un milieu social à l'autre dans les préférences et préoccupations des consommateurs sont si accusées qu'elles rendent utopique et, à quelques [p. 114] égards, fallacieuse, la constitution d'un front uni des consommateurs. Sans doute les milieux riches et aisés pourraient-ils tirer quelque profit d'une action systématique des autorités en faveur des consommateurs. Achetant de larges quantités des meilleures viandes, ces milieux feraient des économies sensibles si la puissance publique parvenait à réduire les abus qui, une fois franchi le stade de la production, caractérisent le marché français de la viande. Mais, pour les membres de cette catégorie sociale, ces problèmes n'ont pas un caractère d'urgence et de nécessité. Et, au surplus, ces milieux manifestent souvent une tendance aux dépenses ostentatoires qui favorisent l'implantation dans la communauté d'habitudes directement opposées à la protection des consommateurs (rappel du snobisme dont nul n'a jamais tenté d'évaluer les immenses gaspillages qu'il suscite à tous les niveaux de l'échelle sociale).

Il faut en prendre son parti. Dans les sociétés inégalitaires, dont les sociétés capitalistes modernes restent un exemple achevé, la défense des consommateurs a un sens, et je n'hésiterai pas à dire une valeur sociale, différente selon le niveau de vie des bénéficiaires. Est-ce à dire que les plus mal lotis à cet égard sont prêts à engager les luttes nécessaires à cet effet ? Le spectacle de la passivité des consommateurs devant les hausses de prix décidées par le commerce — passivité qui engendre une assez grande indifférence à l'égard des mesures de protection décidées par le gouvernement ainsi l'institution de prix-plafonds — permet d'en douter. Les bouchers se sentiraient moins sûrs de leur position si les ménagères des quartiers populaires n'adoptaient à leur endroit le rôle de victimes dociles et résignées. Pourquoi cette apathie ?

II. LES HOMMES EN TANT QUE PRODUCTEURS

[Retour à la table des matières](#)

La raison générale de cette attitude est qu'en moyenne les hommes se veulent ou se sentent d'abord producteurs et seulement ensuite consommateurs. Et cette tendance, qui met en vedette l'aspect essentiel des « rapports de production » s'observe à tous les niveaux, y compris à celui des travailleurs les plus modestes. De façon générale, c'est au plan de la production que s'affirme la combativité ouvrière, le secteur de la consommation se caractérisant par la passivité des acheteurs dont l'abstention — une abstention que freinent les nécessités physiques de la vie quotidienne et aussi les contraintes de la pression sociale — constitue la [p. 115] seule velléité de résistance. Tant que les travailleurs n'auront pas appris à défendre également dans le secteur de la consommation les revenus acquis par le travail — défense que les structures socio-économiques et culturelles du capitalisme rendent chaque jour plus difficile — l'exploitation des consommateurs se poursuivra.

On dit couramment que la majorité des hommes sont des producteurs, le nombre des « consommateurs purs » étant néanmoins important (vieillards, malades, invalides et mutilés, chômeurs et, surtout, enfants). Statistiquement plausible — si du moins, contrairement aux habitudes de la comptabilité nationale, l'on fait entrer les ménagères dans la catégorie des producteurs de biens et de services — cette présentation appelle des réserves dans la mesure où elle pourrait conduire à penser que les « consommateurs purs » sont des sortes de parasites sociaux qui prélèvent leur subsistance sur les ressources de la collectivité sans rien apporter en contre-partie. Or, il est peu contestable que l'entretien de ces catégories entre (ou du moins devrait entrer) dans les coûts humains de la production, le progrès social ayant pour effet de transférer plus ou moins complètement à la collectivité cette charge jadis laissée aux familles ou à d'autres organes privés. Par conséquent, la défense de ces catégories (enfants y compris), si elle passe par la protection des consommateurs, doit aussi s'effectuer au niveau de la formation du revenu. En ce sens, le sort de tous les hommes est lié, de manière directe ou indirecte, à la production. Et quand il s'agit du choix du terrain de défense — formation ou emploi du revenu — retraités ou chômeurs ne font pas un choix différent de celui des travailleurs actifs.

Il est aisé de comprendre au surplus que beaucoup d'hommes soient indifférents et même hostiles à la défense des consommateurs. Il s'agit de tous ceux auxquels une protection adéquate de la consommation ferait perdre plus d'avantages en tant que producteurs qu'elle ne leur en vaudrait en tant que consommateurs. Encore qu'on ne doive pas sous-estimer l'importance de ce secteur, l'observation ne s'applique pas seulement au cas des consommations nuisibles (alcool, tabac...). Il faut rappeler à cet égard le parasitisme tertiaire qui ronge les sociétés

économiquement évoluées et s'étend même à des pays sous-développés dans lesquels il constitue une manière de scandale national. Il n'est aucune des formes d'exploitation examinées dans ce titre dont la réduction ne diminuerait immédiatement les bénéfices ou n'imposerait des charges supplémentaires à de vastes catégories de producteurs. Or, et le point est important, les répercussions d'une telle politique iraient bien au-delà du cercle des privilégiés que, de toute façon, l'ampleur de leurs revenus [p. 116] rend indifférents à une action au profit des consommateurs. Beaucoup de petits commerçants ne disposent que de revenus médiocres mais leur condition, si modeste soit-elle, reste liée à la permanence de structures ou de pratiques dont toutes sont loin de correspondre à l'intérêt bien compris des consommateurs.

Il faut aller plus loin. Les mécanismes du régime capitaliste ont pour résultat de faire basculer dans le camp des nantis des agents économiques qui, pourtant, auraient beaucoup à gagner d'une action favorable à la consommation. Ainsi les travailleurs qui s'opposent à la mécanisation de certains services (notamment dans le domaine des transports) ou encore combattent des programmes de reconversion capables d'alléger le prix de revient : de telles opérations impliquent souvent un déclassement, moral et matériel, de la marchandise-travail, sans même parler des difficultés de tous ordres suscitées par un changement de métier (surtout quand il implique un déplacement géographique). On comprend que ces travailleurs luttent contre des mesures pouvant s'avérer utiles aux consommateurs, le mobile de leur combat étant, que dans la plupart des cas ils seraient appelés, surtout dans l'immédiat, à perdre davantage au plan du travail qu'ils ne pourraient obtenir au niveau de la consommation.

J'en dirai autant des paysans qui, cernés en amont et en aval par le capital monopolistique, souffrent d'un décalage persistant entre le prix des produits qu'ils livrent et celui des articles qu'ils achètent. L'augmentation du prix des produits de la terre, que revendent sans cesse les producteurs agricoles, est un constant sujet d'irritation pour les consommateurs. Or, si les gros agriculteurs tirent profit de ces hausses, les petits et moyens ne sont généralement pas si bien partagés. Nous vivons dans un monde où l'agriculture, au prix de grosses charges pour le trésor public, permet tout juste à la majorité de ses adeptes de subsister tandis que le commerce et l'industrie des produits alimentaires offrent de larges perspectives d'enrichissement.

Examinons maintenant l'ensemble des travailleurs à revenus moyens et modestes qui (même dans l'éventualité où la suppression de diverses formes de parasitisme économique contraindrait certains d'entre eux à des mutations professionnelles) tireraient dans l'ensemble bien plus d'avantages qu'ils ne subiraient de pertes d'une action systématique de défense des consommateurs. Pourquoi, capables de luttes sur les lieux du travail — ces luttes qui, tout au long de l'histoire du capitalisme ont constitué le principal moteur du progrès social — se

protègent-ils si mal en tant que clients ou acheteurs ? Ou, si l'on préfère, comment n'aperçoivent-ils pas que cette passivité a pour inévitable conséquence de les [p. 117] priver, au moment de l'emploi des revenus, d'une part plus ou moins large, mais jamais négligeable, des gains utilisés lors de la formation de ces revenus ?

On peut en trouver une première raison dans l'opposition déjà évoquée entre la dispersion des démarches de l'individu consommateur et la concentration d'activité de l'individu producteur. Il est facile de voir que la seconde position est plus favorable que la première à la naissance d'un esprit de lutte collective. En se défendant dans le secteur de la production, l'homme concentre ses efforts sur un facteur, l'ampleur du revenu, dont il estime et à juste titre que pour lui l'évolution commande tout le reste. Soit le phénomène, désormais si général, de la hausse des prix en période de prospérité. En revendiquant une hausse des salaires pour compenser le coût de la vie, les travailleurs empruntent une voie plus facile que celle consistant à lutter directement contre la montée des divers prix — ce qui exigerait des actions multiples et fort aléatoires.

Ajoutons que les autorités ont très souvent invoqué la volonté d'agir sur les prix en vue de stopper ou de contenir les revendications salariales. Or, dans la plupart des cas, les travailleurs qui se sont prêtés à ces expériences ont fait un marché de dupes. Ainsi s'est consolidée la croyance que seule la hausse du revenu est susceptible de provoquer une amélioration de la condition ouvrière ou d'en empêcher la dégradation. Et sur la base de l'expérience acquise, il apparaît difficile de repousser ce point de vue.

En définitive, il est difficile de contester que la place de l'individu dans la vie sociale et le niveau de vie dont il peut s'assurer le bénéfice dépendent de la situation qu'il occupe au niveau des rapports de production. Il est donc normal, ou si l'on veut légitime, que les hommes concentrent leur attention et leurs efforts sur cet aspect de leur participation à la vie économique. Mais, ceci admis, les travailleurs ont tout de même le tort — surtout quand cette lutte n'est pas susceptible d'interférer avec leurs conditions de travail — d'accorder trop peu d'attention au front de la consommation.

Un autre élément explique cette préférence pour l'action au niveau du poste de travail : la possibilité qui en résulte pour les intéressés de tirer le meilleur parti de la situation favorable d'une branche ou d'une entreprise. Les démarches faites au titre de la consommation profitent à l'ensemble de la collectivité, celles réalisées dans le cadre de la production ayant normalement des conséquences « sectorielles ». À l'inverse des premières, les secondes ouvrent aux catégories les plus dynamiques de tra-[p. 118] vailleurs la faculté de créer ou d'étendre à leur profit des « marges différentielles » dans la rémunération.

Valables en toutes circonstances ces considérations ont encore plus de poids dans les situations inflationnistes (et, à de brefs intervalles près, ce sont celles que

nous subissons depuis 1914). Confrontées à une hausse des prix et donc une baisse du niveau de vie, les diverses catégories de travailleurs s'efforceront d'arrêter cette dégradation et de renverser le courant le plus rapidement et le plus complètement possible : dans cette perspective, il n'y a guère d'autre moyen de procéder que d'exiger un ajustement du revenu, l'aptitude des différents groupes de travailleurs à l'obtenir n'étant pas uniforme.

Je sortirais du cadre de cet ouvrage en examinant les conséquences socio-politiques de telles tactiques auxquelles, il faut bien l'admettre, se prête assez volontiers le grand capitalisme privé. L'ampleur des disparités salariales qui en résultent de manière plus ou moins durable a en effet pour conséquence de réduire jusqu'à parfois l'annuler l'unité dans la revendication des salariés, et, probablement aussi d'amoindrir le sentiment de classe du groupe ouvrier. Sans trop insister sur ce problème qui, pourtant, commande en une large mesure l'évolution de notre vie sociale, je voudrais souligner les conséquences de ces méthodes de revendication pour la diffusion des gains de productivité, ce que certains auteurs appellent la « socialisation » du progrès technique.

Globalement, il existe quatre manières de distribuer les résultats dus à l'amélioration des taux de rendement : l'accroissement des salaires ; l'augmentation des autres revenus ; la réduction de la durée du travail ; la baisse des prix. Chacun de ces procédés garantit le passage à la consommation finale des ressources supplémentaires acquises à ce titre mais l'incidence de l'opération varie selon les cas.

Les trois premiers systèmes profitent d'une manière ou d'une autre aux acteurs de la production, le quatrième à l'ensemble des consommateurs du produit, c'est-à-dire normalement à un univers bien plus large. Nous retrouvons ainsi l'idée que c'est en se plaçant au niveau de la consommation ou en partant de la considération de celle-ci, que les autorités économiques donnent à leurs interventions le maximum de diffusion.

Ce transfert à la collectivité des consommateurs d'une part plus ou moins large des gains de productivité a pour résultat d'accroître le cercle des bénéficiaires du progrès technique. Mais les consommateurs représentant des participants passifs et indifférenciés, ne disposent pas comme tels de la capacité d'intervention collective qui leur permettrait d'exercer une influence dans les décisions relatives à ce partage. Dès lors, ces [p. 119] bénéfices ne leur seront acquis que dans la mesure où les entrepreneurs font entrer la baisse des prix dans une tactique de conquête du marché : — or nous avons vu que le procédé suscite de nos jours réserves et réticences. Au surplus, la volonté des firmes d'affecter ces gains à la réduction des prix ou à tout autre objet (en particulier financement des investissements nouveaux) se heurte à l'action des syndicats de travailleurs qui souhaitent légitimement recevoir leur part des ressources nouvelles créées à ce titre. Il est facile d'imaginer que la conjonction d'une pression salariale suffisamment forte et de la volonté des

dirigeants de conserver au capital la plus large fraction possible des ces gains (autofinancement et dividendes) absorbe, au détriment de la collectivité des consommateurs, la totalité des progrès réalisés.

Autrement dit, la baisse des prix — technique d'action qui se situe au niveau de la consommation — aboutit à une diffusion généralisée du progrès technique tandis que les autres procédés bénéficient à des catégories particulières et notamment aux travailleurs. Dans la mesure où le taux du progrès technique varie selon les branches, il en résulte une accentuation des disparités entre les rémunérations des différents secteurs de la classe ouvrière. Ainsi nous apparaît une fois de plus la position subordonnée de la consommation.

III. TRAITS GÉNÉRAUX DE L'INTÉRÊT COMMUN DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

Cette prépondérance de la production sur la consommation a longtemps été dissimulée sous le couvert de formules creuses comme celle de la « souveraineté des consommateurs ». Des économistes et des sociologues critiquent ou déplorent cette subordination de la vie économique aux impulsions intéressées des producteurs. D'autres au contraire estiment cette évolution conforme à l'intérêt général. Voici par exemple le jugement de deux économistes américains : « L'économie moderne nous enseigne que nous sommes tous en premier lieu producteurs et en second lieu seulement consommateurs ; que le progrès de la consommation dépend de l'avance de la production et qu'il est fallacieux de subordonner la prospérité du producteur aux intérêts allégués du consommateur ... »¹. C'est là un témoignage parfait de la tendance à traiter le consommateur comme un objet dont la sollicitude des affaires assure le [p. 120] bon entretien et la bonne conservation. Plus profondément encore, c'est l'acceptation de l'idée que la recherche du profit privé constitue le mobile optimum dans la répartition des ressources rares.

Ayant déjà esquissé l'état des nombreuses formes d'exploitation que ce système vaut aux consommateurs, je ne crois pas utile d'entreprendre ici la réfutation directe de cette thèse qui, *grosso modo*, représente encore l'opinion courante des milieux économiques. Il est vrai que cette position est appuyée par la tendance des travailleurs à défendre leur niveau de vie d'abord et presque exclusivement en termes de formation des revenus. Dans l'état actuel des structures socio-

¹ SELIGMAN (E.R.) et LOVE (R.A.) cités par Marcel RIVES in *Traité d'économie commerciale*, tome I, p. 22.

économiques et de la distribution du pouvoir, cette propension ne saurait être renversée et, sur la base de l'expérience, les intéressés commettraient une erreur en acceptant, comme on les y invite parfois, de déplacer complètement le champ de bataille. Mais il arrive de la sorte que la sauvegarde ou l'expansion des avantages de certaines catégories des travailleurs nuise aux intérêts de l'ensemble des consommateurs. Ainsi se dégage l'une des limites que le mode de production apporte inévitablement à la promotion des consommateurs.

En réalité, il existe un intérêt commun des consommateurs mais celui-ci ne saurait être défini et évalué sans référence à la position des hommes comme travailleurs (rapports de production). Cet intérêt présente les caractéristiques générales suivantes :

1° la défense des consommateurs constitue un aspect important de l'avantage collectif, mais on ne peut prétendre pour autant qu'elle s'identifie à l'intérêt général tout entier. Les hommes tiennent dans la vie sociale des rôles multiples et il n'est pas possible d'énoncer *a priori* que l'un d'entre eux doit toujours et nécessairement l'emporter sur l'autre.

Actuellement, dans l'ensemble, la définition de l'intérêt général par les autorités responsables utilise surtout le critère des exigences de la production et des producteurs. La situation est donc faussée systématiquement au profit de ceux-ci. Il paraît souhaitable de la redresser en donnant plus de place et de poids au critère de la satisfaction des consommateurs ou, ce qui revient au même, en s'attaquant de manière méthodique aux diverses formes d'exploitation qu'ils subissent. Il ne serait pas souhaitable que ce redressement, assez hypothétique en l'état actuel de la répartition de l'influence politique, soit effectué de manière unilatérale et sans que les dispositifs de protection adoptés tiennent compte des intérêts des hommes en tant que producteurs.

À moins d'accepter le principe de transformations révolutionnaires, [p. 121] toute action économique ou sociale dont la puissance publique prend la responsabilité comporte des éléments de compromis. Ajoutons que si la maximisation du bien-être collectif doit normalement constituer l'une des pierres de touche essentielles de l'action publique, ce souci se trouve en conflit avec d'autres impératifs que les gouvernants tiennent pour fondamentaux (ainsi défense nationale).

2° La défense des consommateurs représente, sous un certain angle, un intérêt commun à tous les membres de la collectivité ainsi que suffit à l'établir le problème de la protection des aliments contre les radiations. Mais cette identité laisse subsister les facteurs de division sociale qui s'observent en d'autres domaines et qui tirent principalement leur origine de l'appropriation privée des biens de production. Autrement dit, de ce que les intérêts de tous les hommes se rencontrent sur un

certain nombre de points, rien ne permet d'inférer que cette convergence partielle doive effacer le poids des autres éléments de séparation.

La défense des consommateurs sortirait du cadre qui lui assure sa légitimité si on lui fixait comme objectif de consolider les structures sociales existantes selon le principe, si cher aux éléments dominants, qu'il faut oublier ce qui divise et s'en tenir seulement à ce qui unit. La promotion des intérêts des consommateurs est un aspect de la lutte contre les injustices sociales, particulièrement utile si le rapport des forces et l'état de l'opinion interdisent de porter ce combat hors des terrains réformistes : on verserait dans une mystification pure et simple en y voyant la panacée capable, à elle seule, de susciter l'avènement d'un monde meilleur.

3° La défense des consommateurs est, à plusieurs égards, conditionnée par l'état des structures sociales telles que contribuent à les déterminer les rapports de production. Autrement dit, on ne saurait traiter sérieusement de l'étape finale du processus économique sans prendre en considération la nature sociale de l'appareil de production qui approvisionne le marché en biens et services.

D'une part, il est clair que les structures de cet appareil et en particulier la répartition du pouvoir de décision qui se manifeste en son sein commandent les orientations de l'activité économique. Il existe une sorte de « pente du système » de la production qui facilite et amplifie l'action des éléments placés aux points de contrôle stratégique et tactique du dispositif. Les syndicats de travailleurs qui veulent améliorer la condition immédiate de leurs membres sont tenus de se plier à ce jeu.

Par ailleurs, les structures sociales limitent, selon des mécanismes que [p. 122] nous examinerons plus tard, les initiatives qui peuvent s'exercer utilement en faveur de la consommation. Il s'agit d'une double restriction, l'une ayant pour rôle d'empêcher les mesures en contradiction ouverte avec le mode de fonctionnement du système économique (ainsi le calcul des besoins à satisfaire selon d'autres normes que la « demande solvable ») ; l'autre ayant pour fonction, sous couleur d'efficacité économique, de réduire la portée des tentatives de protection des consommateurs dans le cadre du système (ainsi « moralisation » de la publicité). Ce sont là des servitudes dont les représentants des consommateurs n'ont pas toujours une exacte conscience.

4° La défense des consommateurs sans constituer, je l'ai dit, un point de vue de classe, concerne surtout les milieux à revenus moyens et modestes (les couches riches et aisées, si elles peuvent en tirer divers avantages, ne ressentant guère le besoin de telles démarches ou du moins pas de façon totale). Sans méconnaître que cette vue, si elle doit beaucoup à l'observation sociologique, traduit aussi une inclination idéologique, je dirai que le fondement essentiel de l'action de défense des consommateurs paraît être d'ajouter une dimension nouvelle à la défense des humbles, des travailleurs ordinaires, des foyers modestes, en bref, de tous ceux qui

ne parviennent pas à s'assurer une juste part des ressources nationales ou n'y arrivent qu'imparfaitement.

Si l'on veut aller au fond du problème, la défense du consommateur pour les raisons que j'ai dites, représente un aspect du combat que pourraient livrer les non-privilégiés contre les privilégiés même si ceux-ci ont également la qualité de consommateurs. Et en n'utilisant pas ou en n'utilisant que médiocrement les armes qu'ils pourraient tirer de leur pouvoir d'achat, les premiers facilitent évidemment la tâche des seconds.

L'une des plus grandes difficultés de cette lutte est que les privilégiés reçoivent l'appui d'éléments modestes (petits commerçants en particulier) qui, du fait de la « pente du système », sont conduits à se ranger dans le camp de ceux qui tirent le parti maximum de la situation. Le capitalisme aurait disparu depuis longtemps si le grand patronat privé ne recevait dans les moments décisifs l'appui des couches moyennes, y compris des couches moyennes inférieures dont le niveau de vie est pourtant si proche de celui des travailleurs ordinaires.

En définitive, il est difficile de considérer la défense des consommateurs comme une activité socialement neutre. Nous savons bien que les puissants et les riches, auxquels l'on doit ajouter la nombreuse armée qui marche dans leur sillage, n'acceptent une telle activité que dans [p. 123] la mesure où leurs privilèges ne sont pas mis en cause. À moins que l'on ne tente d'en faire un simple dérivatif de la protestation sociale — manipulation qui, comme le montre l'adoption de ce thème par les gouvernements conservateurs, n'est certainement pas imaginaire — la protection des consommateurs ne peut être dissociée de la lutte contre les injustices et gaspillages de notre système économique. Le problème se pose alors, et nous le retrouvons, de savoir si une action au niveau et en fonction de la consommation (rapports de consommation) peut être d'une réelle valeur ou si, au contraire, tout effort de protection des consommateurs qui évite de s'en prendre à la structure des rapports de production n'est pas voué finalement à une efficacité réduite.

[p. 124-135, notes de fin converties en notes de bas de page, p. 136, sans texte, MB.]

[p. 137]

TITRE II *

Tableau des groupements

[Retour à la table des matières](#)

DURANT ces dernières années le nombre des groupements dont l'activité porte sur les problèmes de la consommation a considérablement augmenté, notamment en France. Les uns rassemblent de manière directe ou indirecte, des consommateurs dont ils se présentent comme les porte-parole et les défenseurs : à ce titre on peut les introduire sans difficulté dans la catégorie habituelle des groupes d'intérêt. D'autres organismes, à structure et à composition diverses, se proclament au service des consommateurs, l'assertion ne devant être admise qu'après avoir fait l'objet d'une vérification soigneuse (danger qu'il s'agisse d'un simple camouflage du *marketing*). Je voudrais donner ici une vue générale de ce mouvement qui traverse aujourd'hui une phase ascendante ¹.

Ce tableau dont les éléments sont empruntés à l'expérience française comme à celle d'autres pays, ne constitue pas un inventaire exhaustif. Bien que je me sois efforcé de mentionner un nombre assez considérable des groupes qui jouent un rôle tant au plan national qu'international, l'objet de ce titre est seulement d'illustrer à l'aide d'exemples représentatifs les différents types d'intervention et de regroupement qui se manifestent en ce domaine. Encore faut-il souligner que ces

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

¹ J'ai déjà présenté un premier inventaire de ces groupes in *Acheter mieux. L'information objective du consommateur*, O.E.C.E., 1961, ainsi que dans « Les groupements de défense des consommateurs », *Revue Économique*, mars 1961, pp. 161-207. Parmi les rares travaux disponibles en cette matière, je signalerai : BRODSKY (A.), *L'organisation de la consommation*, Université Libre de Bruxelles, 1961.

groupes, souvent fluides et volontiers polyvalents, se prêtent mal à un effort de classification systématique.

De manière générale, je me bornerai dans cette présentation à énumérer les activités entreprises en renvoyant au titre suivant l'analyse critique de celles-ci sous l'angle de l'intérêt des consommateurs. Et, chemin faisant, je mentionnerai quelques uns des efforts typiques entrepris par les autorités publiques pour assurer la protection de ceux-ci.

[p. 138] J'ai choisi de laisser hors de cette recherche les phénomènes de l'épargne dont la formation, le placement et la protection soulèvent des questions spécifiques. Encore que, spécialement dans les périodes d'inflation déclarée, la frontière entre la consommation et l'épargne ne soit pas toujours facile à tracer, je m'en tiendrai aux emplois du revenu en achats de biens (durables et non durables) et en paiement de services. Les groupements examinés dans ce chapitre seront donc ceux qui, d'une manière ou d'une autre, exercent leur activité à partir et en fonction des divers postes de dépense inscrits dans les budgets familiaux.

On sait qu'une partie des dépenses engagées par les consommateurs (notamment celles de maladie) fait l'objet d'un remboursement ultérieur selon des formules diverses (ainsi dans le cadre de la participation, facultative ou obligatoire, à un système d'inspiration mutualiste). L'ampleur et les modalités de cette prise en charge influent bien entendu sur le montant et la qualité des avantages obtenus par les intéressés. À ce titre, et pour ne mentionner ici que l'exemple le plus important, une fraction des prestations versées ou assurées par la Sécurité Sociale entre directement dans notre recherche.

Rappelons enfin les discordances entre le montant des consommations et le total des décaissements que suscite, au plan de chaque ménage ou individu isolé, l'attribution gratuite de biens ou de services (en particulier intervention de la puissance publique utilisant à cet effet les ressources budgétaires). Il arrive que ces pratiques impliquent ou entraînent la constitution de groupements dont je tiendrai compte dans ce tableau.

[p. 139]

CHAPITRE V

LE MOUVEMENT COOPÉRATIF

[Retour à la table des matières](#)

SANS MÉCONNAÎTRE la valeur économique et la portée sociale des autres modalités de la coopération (notamment dans le domaine agricole), l'exposé portera essentiellement sur les coopératives de consommation, les différents secteurs de la coopération se rencontrant en divers organes (ainsi en France, le Conseil Supérieur de la Coopération). Pendant longtemps, la formation de coopératives dont l'origine remonte à l'époque de la pire misère du prolétariat, a constitué le seul effort collectif des consommateurs en vue de se préserver de l'exploitation. Aujourd'hui encore, malgré l'élévation générale du niveau de vie, le mouvement coopératif est appelé à rendre d'importants services aux familles à revenus modestes, l'introduction massive du capital financier et bancaire dans le champ de la distribution commerciale rendant plus que jamais souhaitable la présence d'un puissant contre-poids d'inspiration désintéressée. À moins de tenir pour définitives les formules d'appropriation capitaliste, les méthodes de la coopération, malgré certaines difficultés que révèle la pratique, semblent promises à un grand avenir. Évitant d'entrer dans un exposé détaillé des formes d'organisation et des techniques d'intervention adoptées par les coopératives de consommation, je voudrais seulement illustrer ici le genre de services qu'elles sont susceptibles de rendre à leur adhérents et à l'ensemble des consommateurs ¹.

¹ Pour un bon exposé général voir : LASSERRE (C.), *La coopération*, Paris, 1959. On trouvera une analyse approfondie de l'idéologie coopérative in : LAMBERT (P.), *La doctrine coopérative*, Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, s.d.

[p. 140]

I. AMPLEUR DU MOUVEMENT

[Retour à la table des matières](#)

Elle varie très sensiblement selon les cas. Si l'on prend comme critère de répartition le pourcentage du débit des coopératives dans le revenu national net on peut distribuer les pays dans les quatre catégories suivantes (les pourcentages donnés d'après *l'Annuaire Coopératif Suisse 1961* correspondant à 1958) :

- pays à très fort mouvement coopératif : Finlande (19,7%), Islande (17,1%) ;
- pays où le mouvement détient des positions importantes : Israël (6,7%), Suède (6,0%), Grande-Bretagne (5,5%), Norvège (5,4%), Danemark (4,7%), Suisse (3,9%) ;
- pays d'implantation moyenne : Autriche (2,2%), Allemagne Occidentale (1,6%), Belgique (1,6%), Italie (1,5%), France (1,4%) ;
- pays à faible rayonnement coopératif : Pays-Bas (0,8%), Canada (0,6%), États-Unis (0,3%), Japon (0,2%), Inde (0,2%).

Ce tableau, qui fait abstraction des pays communistes — dans lesquels le secteur coopératif présente des caractéristiques différentes des normes traditionnelles du mouvement — donne simplement des ordres de grandeur (l'utilisation d'autres critères de répartition, ainsi le chiffre d'affaire coopératif par tête de population étant susceptible d'altérer légèrement la classification obtenue). Cependant, les pourcentages quantitatifs, quel qu'en soit le mode de calcul, ne renseignent qu'imparfaitement sur la valeur qualitative des divers mouvements nationaux : ainsi la coopération britannique malgré sa puissance intrinsèque (12 à 13 millions de membres inscrits dans les sociétés de vente au détail, 30 000 points de vente au détail, 1 milliard de livres de chiffre d'affaires annuel, plus de 200 usines fabriquant des produits de toutes sortes) n'a-t-elle pas le même dynamisme et le même esprit de lutte que la coopération suédoise ou israélienne (une mission d'enquête présidée par H. Gaitskell ayant voici quelques années fait apparaître la stagnation et l'inefficacité du mouvement britannique). Notons d'ailleurs qu'en Israël la formule coopérative, en étroite liaison avec l'Histadrout, joue un rôle considérable dans le domaine de la production agricole et industrielle.

Au niveau du commerce de détail, il existe en France deux grands types de sociétés coopératives : les « petites sociétés » (essentiellement un ou deux magasins de vente et les dépendances) dont les administra-[p. 141] teurs compensent par une conviction militante les insuffisances de leur formation technique ; les « sociétés de développement » ou grandes unions régionales qui ont édifié, sur le modèle des

entreprises à succursales multiples, leur propre réseau de vente, d'entrepôt et d'approvisionnement. Le nombre des premières décroît en vertu du processus habituel de croissance commerciale tandis que les secondes prennent dans le mouvement une place grandissante. On estime que celles-ci représentent désormais environ 90% du chiffre d'affaire total de la distribution coopérative ¹.

Durant l'année 1962, le chiffre d'affaires global des 44 unions régionales s'est élevé à environ 2,8 milliards de francs (37 d'entre elles dites « milliardaires », en anciens francs bien entendu, ayant dépassé le niveau de 10 millions de francs : en tête, l'Union Lorraine avec 490 millions). Ces sociétés disposaient à fin 1962 de 8 548 points de vente (dont 304 en libre-service) : elles groupaient plus de 2 800 000 familles. Le mouvement coopératif représente ainsi, sans aucun doute, une très vaste association de consommateurs ².

La Fédération Nationale des Coopératives de Consommation (F.N. C.C.) fondée en 1912, puis dissoute en 1940 et reconstituée en 1945, rassemblait à fin 1962 524 sociétés soit la totalité des unions régionales et environ 50% des petites sociétés. La Fédération assume la fonction de défendre et de représenter le mouvement dans son ensemble, notamment auprès des pouvoirs publics : elle a également pour rôle d'en faciliter le développement et d'en organiser l'action éducative et sociale. Elle dispose à cet effet de plusieurs départements spécialisés et de diverses institutions dotées de l'autonomie juridique pour des raisons de commodité ou d'opportunité pratique. Ses ressources proviennent d'une cotisation versée par les sociétés adhérentes sur la base de leur chiffre d'affaires (1/1 000 en règle générale) : pour l'exercice 1962 elles se sont élevées à un peu plus de 3,1 millions de francs.

Entre les sociétés adhérentes et la F.N.C.C., s'intercalent onze fédérations régionales qui réunissent, sur une base géographique d'ampleur variable, les sociétés, petites comme grandes, d'une région coopérative donnée. Le rôle de ces Fédérations, que l'essor des unions régionales a sensiblement réduit, se limite à des tâches d'éducation, de propagande et de liaison : elles reçoivent à ce titre une fraction (environ 20%) des cotisations versées à la F.N.C.C. par les coopératives de leur ressort.

Parmi les autres institutions centrales, je citerai la Banque Centrale des Coopératives et la Société Générale des Coopératives de Consommation. La première dont le total des ressources au 31 décembre 1962 at-[p. 142] teignait 113,5 millions de francs fait la plus large part de son chiffre d'affaires (plus des 4/5) avec les sociétés coopératives. J'en rapprocherai l'Union Coopérative de Crédit

¹ Sur ces problèmes, voir l'ouvrage de LACROIX (Jean), *La distribution coopérative en France*, Paris, 1957.

² Chiffre tiré du rapport présenté au Congrès National de juin 1963 (Luchon) de la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation.

Ménager (les 52 sociétés qui participent à ce système ayant réalisé en 1962 un chiffre d'affaires de ventes à tempérament de 42,2 millions).

Quant à la Société Générale, elle joue le rôle traditionnellement dévolu aux magasins de gros coopératifs (et dont le premier spécimen fut celui créé en 1864 à Manchester par le mouvement anglais). La croissance des unions régionales a sans doute réduit la fonction commerciale de la Société mais celle-ci continue d'assurer des fonctions importantes notamment dans le domaine de l'importation (pour lequel le groupement des commandes a une grande importance). De plus, conformément à une pratique constante du mouvement coopératif, la Société s'est livrée à des opérations d'intégration verticale tendant à assurer une partie de l'approvisionnement nécessaire aux sociétés adhérentes. Cette intégration, qui soulève des difficultés diverses (ainsi écoulement à l'extérieur du secteur coopératif de la production excédent les besoins de celui-ci) se réalise par la création de filiales ou la prise de participations. Le mouvement coopératif détient ainsi des positions autonomes dans la fabrication de plusieurs produits : conserves de poissons et de légumes, huiles, pâtes alimentaires, chocolat, vinaigre... Dans le cadre du Marché Commun, la Société a lancé en France une poudre à laver préparée par le magasin de gros allemand.

Depuis leur création, les coopératives de consommation ont dû affronter de nombreuses difficultés, les unes résultant de fautes de gestion ou de l'indiscipline de certaines sociétés adhérentes, d'autres tenant à l'hostilité vigilante du commerce privé qui bénéficie d'appuis parlementaires dont l'ampleur et la solidité sont bien connus. Je mentionnerai en particulier les efforts accomplis en vue d'obtenir l'application intégrale de la fiscalité aux groupements coopératifs par les associations de petites et moyennes entreprises qui pourtant, malgré les avantages légaux dont elles disposent (régime des forfaits), ne témoignent généralement pas d'une rigoureuse exactitude fiscale. Par suite de cette opposition, les coopératives n'ont jamais pu obtenir un statut qui tienne compte du désintéressement de leurs buts. Mais il y a plus. En certains pays où les boycottages sont tolérés, les coopératives ont éprouvé, à plusieurs reprises, de sérieuses difficultés à obtenir les approvisionnements commandés, les fabricants se refusant à honorer les ordres remis ou tardant à le faire sous la pression du commerce privé. Ces pratiques, ont constitué en quelques cas le mobile d'un développement de l'intégration verticale à l'intérieur du secteur coopératif ¹.

¹ Le mouvement coopératif suisse par exemple a dû affronter plusieurs situations de cet ordre. On en trouvera l'exposé in : HANDSCHIN (H.), *L'Union Suisse des Coopératives de Consommation (U.S.C.) 1890-1953*, Bâle, 1955.

[p. 143]

II. MOUVEMENT COOPÉRATIF ET DÉFENSE DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

Cette volonté de défense s'affirme partout mais les résultats varient selon la force et la cohésion des différents mouvements nationaux. Au surplus tous ne mettent pas une égale ardeur à s'attaquer aux forteresses du grand capitalisme et aux tendances monopolistes qui, sous des formes diverses dont la conclusion d'ententes entre producteurs, ont pour résultat de placer le marché d'un produit sous le contrôle d'un tout petit nombre de centres de pouvoir privés. Dans la plupart des cas, les coopératives se trouvent en position défensive vis-à-vis des grandes concentrations capitalistes : cependant, on a vu parfois les premières engager la lutte contre les secondes et les contraindre à baisser pavillon.

L'exemple le plus souvent cité à cet égard, et qui reste probablement le plus significatif, est celui de la Suède. À diverses reprises l'Union Coopérative Suédoise (Kooperativa Förbundet) a obligé des cartels ou trusts à baisser sensiblement le prix d'objets de consommation soit en réalisant pour son propre compte la fabrication de l'article en litige, soit simplement, en menaçant de le faire. Parmi les secteurs dans lesquels l'Union remporta de grands succès, on peut mentionner : la margarine ; les chaussures en caoutchouc ; les lampes électriques ; les flocons d'avoine empaquetés ; les primes d'assurance-incendie ; le salpêtre...

En des situations de cet ordre, l'application de la notion de « pouvoir compensateur » est légitime car il ne s'agit plus comme dans le capitalisme américain d'une lutte pour le partage du profit entre concentrations monopolistes mais d'un combat pour le transfert au consommateur final d'une fraction du bénéfice. C'est une tentative sans équivoque pour réduire l'exploitation qui pèse sur l'acheteur sans que celui-ci ait normalement, par suite de l'insignifiance de sa position sur le marché, la faculté de s'y opposer ¹

Si la surveillance de la concentration monopolistique doit constituer l'objectif principal de ceux que préoccupe l'expansion du bien-être collectif, on peut interpréter comme des succès majeurs les victoires ainsi remportées. Et ce succès semble d'autant plus net que sur l'impulsion des coopératives, agissant en accord

¹ Voir sur ce problème l'intéressant ouvrage de LASSERRE (G.), *Coopératives contre cartels et trusts. L'expérience suédoise*, 2^e édition, F.N.C.C.-U.S.C., 1956. Ajoutons que la K.F. possède un laboratoire central pour l'étude des denrées alimentaires, une cuisine d'essai et un laboratoire textile qui travaillent en étroite liaison avec les usines du groupe. Elle attribue également une grande importance aux problèmes de l'étiquetage et de la normalisation des méthodes d'essai.

avec les syndicats, le parlement suédois a finalement adopté des dispositions assez sévères à l'égard des pratiques monopolistiques (loi du 25 septembre 1953). Il est légitime d'admettre qu'aucun autre type d'organisation des consommateurs n'aurait [p. 144] permis d'obtenir des résultats analogues et, en tout cas, on ne connaît pas d'autre combat qui puisse être rapproché de celui-là. Sur ce point, la force contractuelle dont disposent les coopératives constitue une arme dont les autres associations de consommateurs n'ont pas l'équivalent.

Cependant, cette vue optimiste doit être immédiatement tempérée de plusieurs réserves. D'une part, comme le montre bien l'exemple du mouvement britannique dont l'influence commerciale paraît en déclin, il ne suffit pas qu'un mouvement possède la force nécessaire à une telle action pour qu'il manifeste le souci de s'en servir. D'un autre côté, les gains acquis par la coopération suédoise, spécialement dans l'entre-deux guerres, n'ont finalement pas mis en cause la permanence du capitalisme dans ce pays. Même si en quelques secteurs le pouvoir des concentrations d'affaires a subi certaines atteintes, la vie économique suédoise demeure régie pour l'essentiel par un régime de fondement et d'inspiration capitalistes. Malgré tant de descriptions complaisantes, le « sécurisme » suédois ne comporte aucun transfert à la collectivité du pouvoir économique privé. Cet exemple illustre correctement les limites d'une action qui s'exerçant au niveau de la consommation laisse intactes les structures et les mobiles de l'appropriation privée du capital de production.

Dans un pays comme la France, le mouvement coopératif ne dispose pas d'une force suffisante pour engager de telles batailles¹. Sur le plan économique les coopératives doivent borner leur ambition à favoriser le développement de la qualité dans certains secteurs (ainsi décision d'inscrire en clair sur les boîtes de conserves l'année de fabrication) et à pratiquer une politique de prix favorable aux consommateurs. Il semble que sur ce dernier point une transformation se soit produite. Auparavant la position était de vendre au prix commercial, ce qui permet de distribuer de fortes ristournes aux adhérents (les bénéfices réalisés sur les ventes faites aux non-coopérateurs allant intégralement au fonds d'accumulation qui ne peut être réparti entre les adhérents). Actuellement, un autre système semble prévaloir : vendre systématiquement moins cher que le commerce privé, ce qui conduit à la réduction des rabais mais permet d'étendre aux non-sociétaires le bénéfice de l'avantage coopératif.

Selon ses partisans, cette politique « active » ou « agressive » aurait obligé le commerce à aligner ses prix sur ceux des coopératives. Entre les prix de coopératives et les prix succursalistes, la différence serait de l'ordre de 3 à 4% en province, de 2%

¹ Pour l'année 1960 on estime que la part du commerce coopératif dans l'ensemble du commerce de détail français est de 2,22% : mais la proportion varie considérablement selon les branches (de 0,7% pour les rayons non alimentaires à 11,3% pour l'épicerie sèche).

en banlieue, très faible et parfois pratiquement nulle à Paris. Par contre le nivellement serait moins accentué pour le petit commerce incapable de suivre le mouvement. De manière plus générale, on a constaté que l'installation dans un quartier d'un [p. 145] nouveau point de vente coopératif y provoque dans les deux mois qui suivent une baisse assez substantielle (pouvant aller jusqu'à 10%) : ensuite, la situation tendrait à se stabiliser avec les écarts habituels autour du niveau atteint. Quant au montant de la ristourne, il serait de l'ordre de 3% des achats effectués par les sociétaires ¹.

Autre argument en faveur d'une politique de baisse des prix et donc de réduction de la ristourne : le fait que désormais tant par suite de l'expansion des revenus que du développement de la vente à crédit la ristourne a moins d'importance pour les familles populaires. La question a été abondamment discutée en Grande-Bretagne où en quelques années le dividende moyen versé par le mouvement a considérablement diminué (de 1s. 7 ½ d par livre en 1947 à 11 ¼ d ces dernières années). La ménagère n'attend plus ces versements comme jadis pour faire de gros achats tandis que la réalisation immédiate d'économies sur ses achats courants lui permet de s'acquitter plus facilement des versements dus au titre des dépenses à tempérament. Il semble bien que désormais les coopératives aient avantage à agir par la baisse des prix plutôt que par la distribution de ristournes.

Au cours des dernières années, les coopératives ont dû faire face à plusieurs problèmes suscités par l'expansion économique et le modeste début d'enrichissement qui en est résulté : en particulier la transformation dans la composition des budgets familiaux et notamment la diminution relative de la part consacrée à la nourriture. Or les articles d'alimentation ont toujours constitué la base de travail essentielle des magasins coopératifs. À maintenir cette pratique, les coopératives s'exposeraient à un double danger : baisse de leur part dans le commerce de détail du pays et diminution de leur rôle protecteur du pouvoir d'achat familial. Ces risques ne sauraient être évités sans que le mouvement réalise une plus grande diversification dans les produits offerts, ce qui ne va pas sans poser de sérieux problèmes (en particulier capacité technique des gérants de magasins). Cependant, si l'on opère la ventilation du chiffre d'affaires des grandes unions régionales, il semble bien que la part des articles non alimentaires soit en augmentation régulière ².

Il est clair que l'arrivée d'une opulence relative pose aux coopératives de sérieux problèmes de reconversion. Le mouvement a derrière lui une longue tradition de service des humbles (rappel du mot d'Émile Vandervelde qualifiant les coopératives

¹ Le total des sommes ristournées en 1962 par 39 sociétés régionales a atteint 80 millions de francs correspondant à un taux de 3,05%.

² Pour 1962, le total des ventes de ces sociétés se répartit comme suit épicerie-liquides 62% ; denrées périssables 23% ; rayons non alimentaires 15%.

socialistes belges de « véritables églises »). Que vendaient les pionniers de Rochdale sinon de la farine, du beurre, du sucre et des chandelles... Pour ne pas perdre leur place, les coopératives sont forcées de lutter sur le terrain où se situent les grands [p. 146] distributeurs commerciaux, ce qui peut d'ailleurs comporter des risques humains (rappel du gaspillage du pouvoir d'achat entraîné par la diffusion de *gadgets*). Une fois de plus, nous constatons la difficulté d'assurer la protection des consommateurs dans un cadre conçu pour l'enrichissement des producteurs.

Autre problème : l'apparition de nouvelles formes de distribution commerciale (libre-service et super-marchés). Ces transformations exigent des capitaux considérables que les groupes financiers privés sont évidemment bien placés pour se procurer. Il en résulte pour le mouvement coopératif une sorte de défi qu'il lui sera impossible de relever sans mettre en œuvres des sommes importantes. Bien entendu, cette situation n'est pas propre à la France : en Israël où des capitalistes étrangers, principalement nord-américains, viennent d'installer plusieurs super-marchés, le mouvement coopératif a décidé d'en implanter 125 dans tout le pays (ce qui implique, sans même parler d'un effort de concentration des petites coopératives, l'obtention de prêts substantiels). De son côté l'Union Suisse des Coopératives de Consommation entend créer une chaîne de grands magasins et de super-marchés où les consommateurs pourront trouver dans un même lieu tout ce qu'ils désirent — opération impliquant le regroupement des sociétés membres autour d'entrepôts régionaux et de communautés de gérance.

En France, les coopératives (spécialement les grandes sociétés de développement) s'efforcent de suivre le mouvement de rénovation des formes commerciales (création de super-marchés, de « superettes » et de magasins en libre-service). Sous peine de prendre un grave retard, le mouvement est tenu d'accentuer et d'accélérer la modernisation de son appareil commercial. Cependant, à l'inverse des entreprises mues par des considérations de simple rendement financier, le mouvement coopératif fait également porter son effort sur les zones rurales où il met en œuvre des formules adaptées à la situation (magasins mobiles).

Plusieurs critiques ont été formulées à l'encontre du mouvement coopératif. En exposant ces reproches qui ne sont pas propres à l'expérience française, je n'entends nullement mettre en cause l'idée de la coopération qui me paraît fondamentalement conforme à l'intérêt des consommateurs.

La première porte sur la bureaucratisation du mouvement. C'est là un trait que l'on observe, sans aucune exception, dans toutes les grandes [p. 147] organisations humaines. Les Équitables Pionniers de Rochdale avaient en vue des coopératives dans lesquelles les adhérents seraient en mesure d'accomplir eux-mêmes tout le travail de gestion (ainsi tenue du magasin à tour de rôle). Évidemment, de telles formules ne sauraient être utilisées quand il s'agit de la Société Coopérative de Londres qui dispose de 1 300 000 membres et d'un personnel de 20 000 personnes ou encore de l'Union des Coopérateurs de Lorraine qui, couvrant 10 départements,

gère 1 000 magasins où sont inscrites 300 000 familles. Parmi les problèmes les plus complexes que pose l'administration de tels ensembles, figurent le recrutement d'un vaste personnel et la détermination de la politique sociale à suivre à son endroit.

En bref, la suppression de l'appropriation privée de l'entreprise ne suffit pas à résoudre le problème du pouvoir. La gestion collective dont rêvaient les premiers coopérateurs devient absolument impraticable. L'organisme ne saurait fonctionner sans une hiérarchie d'autorité et de responsabilité. La démocratie-gestion étant inconcevable, on ne peut plus envisager que la démocratie-contrôle. Or, les coopératives se heurtent sur ce point aux mêmes obstacles que les syndicats ouvriers et les partis de masse (sans même parler des sociétés anonymes où le phénomène est systématiquement exploité par les hommes du grand capitalisme) : la tendance des adhérents à témoigner d'une complète apathie vis-à-vis des problèmes posés par le fonctionnement et le développement de l'entreprise (plusieurs votes importants dans la Société Coopérative de Londres ayant été acquis avec des participations électorales de moins de 1% des adhérents). Ainsi les affaires des consommateurs ne sont plus effectivement conduites ou surveillées par ceux-ci mais par une bureaucratie qui, sans que l'on mette en cause sa compétence et ses mérites, tend à se conduire comme toutes les bureaucraties, en particulier lenteur d'adaptation aux formules nouvelles ¹.

Les dirigeants coopératifs ont fait de nombreux efforts pour surmonter cette propension des adhérents à l'indifférence (ainsi création auprès de chaque magasin coopératif de l'Union Lorraine d'une section des consommateurs qui couvre les activités sociales, édite un journal, crée une atmosphère de solidarité et donne aux adhérents un sentiment de responsabilité sans lequel il ne saurait y avoir de participation à la vie Coopérative). En dépit de ces tentatives beaucoup reste à faire — et il n'y a pas d'illusion à se faire sur la difficulté de la tâche — pour rapprocher le fonctionnement des coopératives du schéma idéal d'une démocratie économique ².

On fait également grief aux coopératives d'être devenues, dans la me-[p. 148] sure où elles ont réussi, des entreprises commerciales comme les autres et d'avoir recours à des procédés (spécialement dans l'ordre de la réclame) que l'on reproche à bon droit au commerce privé. Sans être absolument dépourvu de fondement, ce

¹ Lors du Congrès national de 1963 (pp. 256-257 du compte rendu imprimé), J. LACROIX a distingué la « démocratie de gestion » qui est toujours le fait d'une minorité de la « démocratie d'orientation » qui doit relever de la masse des sociétaires. Mais, en réalité, l'apathie tend malheureusement à s'exercer dans les deux secteurs sous quelque nom qu'on les désigne.

² Voir sur ce difficile problème la brochure de LASSERRE (G.), *L'expérience coopérative de démocratie économique*, F.N.C.C., s.d. Tout en observant que par la force des choses la gestion des coopératives prend un caractère de plus en plus technocratique, G. Lasserre estime que, dans l'ensemble, la démocratie coopérative joue son rôle en tant que soupape de sûreté d'un mécontentement éventuel. Voir (pp. 76-79) les mesures suggérées pour obtenir un « meilleur intéressement » des adhérents.

reproche ne correspond que très partiellement à la réalité. Des erreurs de ce type ont certainement été commises mais, dans son ensemble, le mouvement a témoigné d'un souci croissant de défendre la santé et le bien-être des consommateurs. Je voudrais rappeler l'inspiration générale de ces efforts.

Lors de son XX^e Congrès (Stockholm, 1957), l'Alliance Coopérative Internationale a voté une résolution enjoignant au comité exécutif de « convoquer une conférence internationale pour étudier l'action la plus efficace à entreprendre pour la santé des consommateurs, en particulier du point de vue de la santé ». On doit donc admettre que cet objectif de protection avait probablement été un peu perdu de vue dans le feu de la bataille commerciale contre la distribution privée. En exécution de ce vœu, l'Alliance convoquait à Garmisch-Partenkirchen, en septembre 1959, une première conférence internationale sur la santé des consommateurs.

Une seconde conférence portant sur le même thème a été organisée à Paris en janvier 1962. Cette deuxième manifestation, tenue avec le concours de douze délégations de mouvements coopératifs s'est efforcée de dégager les éléments constitutifs nécessaires de la défense des consommateurs, la formule idéale étant de protéger la santé de ceux-ci tout en sauvegardant leurs intérêts économiques (lutte contre l'abus des ventes à crédit sous toutes leurs formes, les primes et la réclame abusives, les marges commerciales exagérées...). À la suite de cette réunion, l'Alliance a fondé un groupe de travail dont le programme comporte une enquête générale sur les activités actuelles en matière de protection des consommateurs et deux enquêtes spécialisées (étiquetage d'information ; publicité mensongère et trompeuse).

En inscrivant dès 1956 au programme de leur congrès le thème des rapports entre la coopération et la santé, les dirigeants du mouvement coopératif français ont montré qu'ils sont sensibles à des préoccupations de cet ordre ¹. Le témoignage le plus net en a été la fondation du Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches qui constitue désormais l'un des éléments les plus actifs et les plus valables de la défense des consommateurs.

Fondé en 1955, le Laboratoire est affilié au mouvement coopératif qui assure la couverture de ses dépenses tout en lui laissant une complète indépendance de jugement. Employant plusieurs spécialistes (ingénieurs, [p. 149] chimistes, bactériologistes...), cet organisme, dirigé par F. Custot, a pour mission d'apporter aux sociétés coopératives un concours scientifique et technique dans leurs actions pour la sauvegarde et l'amélioration de la qualité des produits. Mais il entend

¹ Les rapports présentés à ce titre ont été publiés en une brochure par le F.N.C.C. sous le titre *Coopération et santé* (La contribution coopérative à l'élévation de la qualité des denrées alimentaires).

également se mettre au service d'autres associations de consommateurs en développant l'information objective et en luttant contre la publicité mensongère ¹.

Le travail du Laboratoire s'effectue dans trois directions. D'abord une œuvre de contrôle analytique et de conseil technique (le contrôle bactériologique sur lequel il reste tant de choses à apprendre figure parmi les aspects spécialement étudiés). En 1961 le Laboratoire a réceptionné environ 3 500 échantillons (un quart relatif à des produits Coop, un autre quart représentant des prélèvements directement effectués par le Laboratoire, le reste correspondant à des envois de produits de toutes marques effectués à des fins de contrôle par la Société Générale des Coopératives de Consommation). La seconde fonction assumée porte sur des travaux de recherche : l'un des principaux objectifs est l'étude et la mise au point de méthodes d'analyse nouvelles en liaison avec les laboratoires coopératifs de divers pays et certains laboratoires du C.N.R.S. (en particulier celui de biochimie de la nutrition), de l'Institut National d'Hygiène et de l'Institut National de la Recherche Agronomique. Enfin, le laboratoire participe à l'éducation et à la défense des consommateurs : il collabore à cet effet avec diverses organisations de consommateurs. L'un de ses efforts porte sur la constitution d'un réseau de correspondants qui lui permette de garder le contact avec le consommateur moyen ².

Travaillant avec des moyens financiers relativement réduits, le Laboratoire a néanmoins réalisé en peu d'années une œuvre favorable aux consommateurs, qu'ils soient ou non clients des magasins coopératifs : cette activité est particulièrement utile si l'on tient compte de la pauvreté considérable de l'équipement français en ce domaine capital.

*
* *

Compte tenu de ses traditions et de ses réalisations actuelles, il est compréhensible que le mouvement coopératif aspire à représenter les consommateurs dans leur ensemble. Et les pouvoirs publics ont certainement encouragé une telle propension quand, voulant introduire le point de vue de la consommation dans un organe consultatif et ne trouvant en face d'eux d'autres

¹ Le laboratoire a présenté en novembre 1963, sous la forme d'une brochure imprimée, un tableau alphabétique de tout ce qu'il a publié depuis sa création. Pour les mouvements coopératifs étrangers, je signalerai l'œuvre du laboratoire d'analyses chimiques de l'Union Suisse des Coopératives de Consommation. Fondé en 1905, le Laboratoire contrôle tous les produits alimentaires passant par les divers départements de l'U.S.C. De plus, le Laboratoire analyse les nouveaux produits alimentaires lancés sur le marché tant en Suisse qu'à l'étranger ainsi que les articles de combat (i.e. vendus à très bon marché) par les firmes concurrentes.

² Sur la constitution de ce réseau voir l'étude de CAUSSEL (A.), in *Coopération*, avril 1962.

groupements organisés de consommateurs, ils chargeaient des représentants du mouvement coopératif d'assumer une telle [p. 150] mission. Je n'entends pas contester les droits de la coopération à prendre sa part de la défense des consommateurs auprès des autorités mais je ne pense pas qu'il soit souhaitable d'admettre que l'action des coopératives suffit à couvrir tous les besoins en ce domaine.

Certes, jusqu'à une époque récente, les coopérateurs disposaient à cet égard d'un argument de poids : la faiblesse et la fragilité des ligues de consommateurs par opposition à la solidité et à la puissance du mouvement coopératif. La plupart des essais entrepris dans ce secteur ont été jusqu'à une époque récente rapidement voués à l'échec. Dépourvues de moyens et de troupes, ces ligues n'ont généralement obtenu qu'une audience limitée et ont vite sombré dans l'indifférence. Tels sont les arguments qui au Congrès National de Paris (juin 1957) conduisaient Marcel Degond à mettre en doute la valeur et l'opportunité des suggestions tendant à la création d'une ligue nationale des consommateurs avec sections régionales et locales. De tels organismes, déclarait-il, ne peuvent durer qu'avec l'aide et le concours financier des pouvoirs publics : au surplus, malgré cet appui, ils ne parviennent pas à obtenir un recrutement populaire et restent des états-majors sans effectifs. Conclusion : « Le succès des organisations, l'expérience de leurs animateurs, ainsi que leur désintéressement, imposent le mouvement coopératif et doivent lui conférer de droit, le rôle de représentant des intérêts de toutes les catégories de consommateurs ou d'usagers » ¹.

Il me paraît difficile d'accepter entièrement un tel jugement. Certes, je reconnais qu'il est injuste de faire des coopératives de consommation une simple catégorie de la distribution. Dès le début, la coopération a vu dans ses démarches commerciales un moyen d'assurer la protection des consommateurs contre les prélèvements abusifs du commerce et, dans l'ensemble, cette vocation n'a jamais été oubliée. Mais au titre d'un pays comme la France, la part du commerce coopératif dans les budgets familiaux — une part qui porte essentiellement sur les dépenses d'alimentation — est trop faible pour que les coopératives puissent réclamer « de droit » la représentation de tout ce secteur. Que, faute d'organismes plus significatifs, elles aient assumé en fait cette mission à diverses reprises ne suffit pas à créer un titre.

Au total, l'existence du mouvement coopératif ne supprime pas la nécessité d'un syndicalisme des consommateurs et usagers dont les différentes pièces couvriraient peu à peu la totalité des dépenses du budget familial. Les expériences réalisées jusqu'à maintenant empêchent de considérer avec un grand optimisme les chances de consolidation des organismes actuels. Cependant l'effort, qui peut trouver une

¹ In *La représentation des consommateurs, vocation des coopératives*, F.N.C.C., s.d, pp. 24-25. Voir aussi LASSERRE (G.), *Le secteur coopératif et la protection des consommateurs*, F.N.C.C., s.d.

assise solide [p. 151] dans le mouvement familial mérite d'être tenté avec toute l'ampleur désirable. Cela étant, même si le succès couronne ces entreprises, il restera aux coopératives un rôle important et original à tenir dans le mouvement des consommateurs dont elles sont un élément considérable. Il est en tout cas souhaitable que les coopératives axent de plus en plus leur préoccupation sur la défense de la santé et des intérêts économiques des consommateurs, même si elles ne doivent pas en assumer la charge exclusive.

En ce domaine les mouvements coopératifs étrangers ont varié comme le montre l'exemple de l'Union Suisse des Coopératives de Consommation. À la suite de divers échecs, l'Union biffa en 1935 de ses statuts un passage qui lui attribuait la mission de défendre les consommateurs dans toutes les questions de politique économique, Cette suppression voulait dire que désormais l'Union ne s'attacherait plus qu'aux problèmes intéressant ou affectant le mouvement coopératif lui-même. Cependant, depuis la fin de la dernière guerre, l'Union est sortie à plusieurs reprises de ce rôle restreint et elle tend, de plus en plus, à s'affirmer comme un mouvement général de défense des consommateurs.

III. COOPÉRATION ET POLITIQUE

[Retour à la table des matières](#)

L'un des principes de Rochdale qui, depuis le début, inspirent les tenants de la coopération, est relatif à la neutralité politique et confessionnelle. En première analyse, ce principe paraît favorable à l'expansion des coopératives et au maintien de l'unité entre les coopérateurs. Cependant, il fait l'objet de critiques ou, plus exactement peut-être, d'une interprétation restrictive chez ceux qui voient dans la coopération un mode de transformation du régime socio-économique. Ils soulignent, en particulier, que ce principe fut ajouté après coup à la doctrine primitive par les pionniers de Rochdale et que, pour ces derniers, la neutralité portait uniquement sur les diverses doctrines qui divisaient alors la classe ouvrière. Pour J. Lambert, la neutralité n'est pas, sauf au niveau de l'Alliance Coopérative Internationale, un principe impératif.

En réalité, le problème a deux aspects qu'il reste difficile de concilier. D'une part, le mouvement a vocation à s'étendre dans tous les milieux à revenus modestes en évitant que sa pénétration soit gênée par des disputes idéologiques. D'un autre côté, en traitant avec les autorités poli-[p. 152] tiques, les dirigeants coopératifs ne sont pas en mesure de déterminer eux-mêmes leurs amis et ennemis ou si l'on préfère n'ont pas la faculté d'obtenir une égale audience de tous les secteurs de l'opinion. Dans la mesure où la coopération répond correctement à son idéal, elle constitue un instrument de lutte contre le profit commercial et, à ce titre, ne peut que susciter

l'hostilité ou, au minimum, l'indifférence de la part des formations ou hommes attachés au système capitaliste.

Sur cette base, il n'est pas inexact de prétendre que la neutralité est en quelque mesure susceptible de décourager un peu les véritables soutiens du mouvement. Charles Gide avait raison quand il proposait de substituer au mot « neutralité » le terme « indépendance ». Sur le terrain des faits, on note une assez grande diversité dans le comportement des mouvements nationaux. Il y en a de neutres mais d'autres conservent ou prennent d'emblée une teinte politique ou religieuse. Au surplus, on observe des variations d'une époque à l'autre au sein d'un mouvement déterminé.

On sait que le mouvement coopératif français a jadis été déchiré par des conflits d'ordre politique. C'est ainsi qu'il exista de 1895 à 1912 deux organisations rivales : l'Union Coopérative des Sociétés Françaises de Consommation qui se réclamait de la neutralité et la Confédération des Coopératives Socialistes et Ouvrières de Consommation dont le titre même indiquait les tendances idéologiques. Rassemblé en juin 1912 sur la base d'un pacte d'unité, et sous le titre de Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, le mouvement devait connaître de nouvelles difficultés après la guerre en raison des positions dissidentes des coopérateurs communistes (création d'un Groupement des Cercles de l'Union des Coopérateurs). Actuellement, le mouvement français se réclame de la conception formulée par Charles Gide selon lequel la coopération de consommation ne doit se faire l'organe exclusif « ni d'un parti politique, ni d'une Église, ni d'une classe sociale, mais de tous ceux qui veulent travailler à la réalisation de l'idéal coopératif ». Dans l'image qu'il présente de lui au public, le mouvement déclare que cette neutralité offre le meilleur cadre possible pour la défense des intérêts moraux et matériels des familles adhérentes.

Resterait, il est vrai, à définir le sens de l'idéal coopératif. Rappelons à cet égard que le pacte d'unité de 1912 dont est sortie l'actuelle Fédération, définissait comme suit les principes de la coopération : « la substitution au régime compétitif et capitaliste actuel d'un régime où la production sera organisée en vue de la collectivité des consommateurs et non en vue du profit » et c l'appropriation collective et graduelle des [p. 153] moyens d'échange et de production par les consommateurs associés ceux-ci gardant dorénavant pour eux les richesses qu'ils auront créées ». Je ne crois pas que dans leur grande majorité les dirigeants coopératifs accepteraient de sacrifier ce vaste dessein sur l'autel du déclin des idéologies. Et, dès lors, nous retrouvons l'idée que la notion d'indépendance vis-à-vis des partis rendrait mieux compte de la situation que celle de neutralité. C'est d'ailleurs exactement ce que traduisait le pacte d'unité en déclarant que serait refusée l'admission des sociétés « qui imposent à leurs membres l'adhésion à une organisation politique ou confessionnelle ».

On observe une tendance analogue chez l'Union Suisse des Coopératives de Consommation dont les statuts disposent (art. 2) que « l'Union est neutre en matière politique et religieuse ». Cependant, en divers domaines dont nous verrons plus loin un exemple, le mouvement collabore avec l'Union Syndicale Suisse, elle-même très liée au parti socialiste. En somme, sans conduire d'action militante, la coopération suisse entre plutôt dans la famille socialiste (devenue aujourd'hui d'inspiration simplement réformiste) que dans celle des partis dits bourgeois. En tout cas, si l'on met à part la Fédération des Coopératives Migros qui est d'un type particulier, l'Union des Coopératives de Consommation représente l'essentiel du mouvement, les sociétés de consommation teintées de politique ayant aujourd'hui pratiquement disparu. Il existe bien un réseau coopératif d'inspiration catholique, la Fédération des sociétés coopératives Concordia qui a été fondée voici environ cinquante ans : mais l'importance de ce réseau est véritablement mineure.

Il n'en va pas de même en Belgique où le mouvement coopératif de consommation épouse les grandes divisions idéologiques du pays. C'est ainsi que l'on y observe la présence d'un fort mouvement coopératif d'idéologie socialiste (dont l'organe supérieur est la Société Générale Coopérative) qui fait sienne la pensée de Jaurès selon laquelle la coopération est sortie de la même matrice révolutionnaire que le socialisme. De fait, la fondation du parti ouvrier en 1885 s'accompagna d'une prolifération de coopératives dans tous les centres industriels (la voie étant ouverte par les travailleurs de l'industrie textile). Jusqu'en 1940 les coopératives, comme les syndicats et les mutualités, affiliaient en bloc leurs membres au parti. À la Libération, la tendance à l'autonomie devait prévaloir en considération de la diversité des tâches à accomplir par chaque organisation. Cependant des liens étroits bien que désormais volontaires subsistent entre les quatre piliers du mouvement socialiste belge : partis, syndicats, coopératives et mutualités (rôle de l'Action Commune qui semble aujourd'hui assez nominal à tous les niveaux). En voici un [p. 154] exemple tiré de la composition du Conseil Central de l'Économie : le législateur ayant voulu que l'institution soit composée à parité de représentants des patrons et de travailleurs, des délégués des coopératives socialistes ont été introduits dans le groupe de la Fédération Générale du Travail de Belgique.

Parmi les autres secteurs du mouvement coopératif belge, je mentionnerai la Fédération Nationale des Coopératives Chrétiennes dont les membres sont groupés dans des coopératives régionales qui, au nombre d'environ 25, travaillent dans le cadre du Mouvement Ouvrier Chrétien. Les coopératives chrétiennes, dont les premières réalisations remontent à 1891, ont grandi de pair avec les autres organisations sociales de ce mouvement (syndicats, mutuelles, organisation éducative...) : elles disposent de l'autonomie dans le domaine qui leur appartient, mais font, elles aussi, solidairement partie d'un ensemble plus vaste qui relève d'une idéologie politico-confessionnelle déterminée.

Ces deux grands secteurs, socialiste et chrétien, de la coopération belge n'épuisent pas la totalité du mouvement. C'est ainsi qu'il existe, en supplément des coopératives d'inspiration « libérale » et « nationaliste flamande », un secteur « neutre » qui entend s'abstenir de toute pénétration dans les domaines (politique, philosophique, religieux ou linguistique) qui divisent les Belges : il s'agit de la Société Coopérative Fédérale de Belgique qui rassemble des agents des services publics et spécialement des chemins de fer.

*
* *

Voici, pour achever ce rapide tour d'horizon, quelques mots sur l'un des instruments les plus originaux d'intervention des coopératives dans la politique : le Cooperative Party de Grande-Bretagne. Ce parti a été fondé en 1917 en vue de lutter contre le favoritisme dont témoignaient les gouvernants à l'égard du commerce privé. Ce n'est pas à proprement parler un organisme indépendant car, tout en disposant d'une certaine autonomie, il est un simple organe de la Coopérative Union qui constitue l'élément central du mouvement britannique et assure la liaison entre les deux magasins de gros et les sociétés de vente au détail dont le nombre est de l'ordre de 850.

Sur le papier, ce parti paraissait appelé à jouer un rôle important, ne serait-ce qu'en raison de l'ampleur du nombre des affiliés au mouvement coopératif. Il semble qu'au cours des dernières années le total des dépenses engagées par la Cooperative Union au titre de la politique aient été de l'ordre de 200 000 livres par an. Chaque année à Pâques, le parti [p. 155] réunit une conférence de 600 à 700 délégués au cours desquelles il exprime ses vues sur les principaux problèmes de l'heure. Cependant son influence sur la vie politique reste dans l'ensemble très faible. Son quartier-général, dont le fonctionnement absorbe 50 000 livres est rarement fréquenté par des journalistes à la recherche de nouvelles et par des politiciens disposant d'une réelle puissance. Au cours de ces dernières années de vives critiques ont été émises à son encontre et certains en sont venus à dire que la suppression du parti n'aurait pas beaucoup d'effet sur la vie politique du pays et sur le destin du mouvement coopératif lui-même. Manifestement, l'expérience n'a pas produit les résultats que ses initiateurs en attendaient.

En réalité, le parti coopératif n'exerce un certain rôle qu'en raison de son étroite alliance avec le Labour party. Point essentiel : il ne désigne pas lui-même ses candidats aux élections mais se borne à soumettre des noms pour discussion aux organisations travaillistes locales. Encore le Labour, qui reproche au mouvement coopératif de ne pas contribuer équitablement à la couverture de ses dépenses, a-t-il limité à 30 le nombre de circonscriptions dans lesquelles peuvent se présenter des

candidats soutenus (*sponsored*) par le parti coopératif. Au total la situation de celui-ci, vis-à-vis du Labour est la même que celle des syndicats qui cherchent à faire prévaloir leurs candidats. Mais globalement, le parti coopératiste est beaucoup moins bien placé que les Trade Unions dans la mesure où, n'étant pas affilié au Labour au niveau national, il ne participe pas aux activités centrales de celui-ci. Voulant maintenir son statut de parti « indépendant », l'organe coopératif n'y parvient qu'en sacrifiant son influence au sein du mouvement travailliste. Or cette indépendance devient, de plus en plus, une simple affaire de prestige assez coûteuse d'ailleurs un *expensive status symbol*, selon l'expression des commentateurs britanniques.

Dans la législature actuelle (1959-1964), le parti coopératif dispose de 16 élus (sans compter 4 membres à la Chambre des Lords). Ces M.P.s. sont soumis à la discipline du parti travailliste. Néanmoins, ils accomplissent un travail utile au profit du mouvement coopératif et des consommateurs en général, l'un de ces députés étant le porte-parole du parti travailliste aux Communes pour les problèmes de la consommation. On peut se demander, il est vrai, si de toute manière, ce dernier, en l'absence d'un parti coopératif, ne défendrait pas lui-même de tels intérêts.

En de nombreux milieux, on a beaucoup reproché aux récents congrès du parti coopératif certaines prises de position extrémistes (notamment en faveur de la renonciation unilatérale aux armements nucléaires). Ces déclarations, d'ailleurs, vu la soumission des députés du mouvement coopératif aux *whips* travaillistes, présentent la particularité de n'engager personne. Certaines sociétés de province ont tenté d'expliquer la médiocrité des résultats commerciaux enregistrés au cours des dernières années par la mauvaise impression que de telles manifestations produiraient dans le pays (certains allant jusqu'à y voir la conséquence d'infiltrations communistes notamment au sein de la Société Coopérative de Londres). De telles imputations sont probablement excessives, les mécomptes économiques tenant à la persistance de routines, à l'incapacité de larges sections de la Direction coopérative de faire face aux bouleversements suscités par les nouvelles méthodes de la distribution commerciale et à l'insuffisance notoire de l'effort de concentration. Cependant, il reste probable que les dirigeants suprêmes du mouvement ne sont pas satisfaits de l'image politique qu'ont donnée de la coopération britannique plusieurs des congrès récents du parti.

Il ne semble pas pour autant que les responsables aient déjà en tête un plan de transformation. Comme ligne de réforme, on a suggéré que le parti fasse désormais porter l'essentiel de son attention et de ses efforts sur la défense du mouvement coopératif et la protection des consommateurs. Mais c'est là un domaine dont désormais le Labour party n'entend laisser la responsabilité à nulle autre formation. Le fait est que le parti coopératif semble appelé, pour l'essentiel de son activité, à faire double emploi avec le parti travailliste dès lors que celui-ci introduit systématiquement dans son programme la dimension « consommation ». Certains

préconisent donc une alliance plus étroite sous une forme ou une autre entre les deux mouvements : ainsi les sociétés coopératives de détail acceptant d'affilier au Labour, sinon la totalité, du moins une fraction de leurs membres — opération dont le but final serait d'assurer à un organe central de la coopération une place dans le comité exécutif national du Labour party. Dans cette perspective, le parti coopératif pourrait se transformer en une sorte de Société fabienne de la coopération. Encore que le destin du parti coopératif soit incertain, il ne semble pas que les dirigeants du mouvement, dont la prudence est bien connue, envisagent actuellement de procéder à sa suppression.

J'ai insisté sur cette affaire car elle soulève un problème de fond : l'intérêt du mouvement des consommateurs en général et du mouvement coopératif en particulier à fonder un parti ou à agir comme [p. 157] groupe de pression. On a volontiers opposé aux difficultés du mouvement coopératif la réussite de la National Farmers' Union qui se présente comme un organisme politiquement neutre susceptible d'obtenir des avantages et concessions des deux partis. Dès lors, pourquoi le mouvement coopératif n'adopterait-il pas un comportement de cet ordre (*uncommitted*) ? Cette suggestion ignore deux facteurs importants : l'existence d'un conflit permanent d'intérêt entre les coopératives et le commerce privé de détail qui est fortement représenté dans le parti conservateur britannique ; le rattachement de la coopération à un idéal de justice sociale et de promotion de l'égalité humaine. Pour beaucoup de ménagères britanniques qui n'envisageraient pas de faire leur marché ailleurs, la boutique coopérative fait partie de l'univers pour lequel combat le mouvement travailliste : la fréquentation de ce magasin correspond non pas seulement à une démarche commerciale, mais à une affirmation de loyauté vis-à-vis des défenseurs de la clientèle populaire. Ainsi, selon une vieille tradition, l'idée socialiste agit en faveur de la boutique coopérative, la seconde contribuant à son tour à l'expansion de la première.

En pratique, sauf si le mouvement coopératif devenait une simple forme de distribution acceptant le régime établi (ainsi que le fait le mouvement syndical en divers pays), les dirigeants coopératifs ne disposent pas d'une grande marge de manœuvre dans le choix de leurs alliances politiques. Même si pour faciliter la prospection commerciale ils affichent une attitude de neutralité, c'est dans les partis de gauche, et dans ceux-là seuls, qu'ils sont susceptibles de trouver d'authentiques défenseurs. En l'absence d'un parti coopératif, dont l'exemple britannique établit qu'il engage le mouvement sur une voie sans issue, la solution optimale pour le mouvement est d'agir comme un groupe d'intérêt ayant des relations privilégiées avec un parti professant un idéal analogue.

[p. 158] **IV. LIAISONS INTERNATIONALES**

[Retour à la table des matières](#)

À diverses reprises, j'ai évoqué l'action de l'Alliance Coopérative Internationale : il me semble nécessaire de dire quelques mots de cet organisme qui constitue au plan mondial le porte-parole du mouvement coopératif.

Fondé le 19 août 1895 à Londres, l'Alliance a comme membres des organisations coopératives nationales, régionales ou locales (la pratique des adhésions individuelles d'abord autorisée ayant été abolie en 1902). Voici, selon ses propres déclarations, l'évolution des effectifs durant la période récente :

	Nombre de sociétés		Nombre de membres	
	1960	1961	1960	1961
Europe	93.944	98.219	90.788.900	93.737.282
Amérique	36.994	37.678	22.851.155	26.339.180
Asie	392.295	395.035	50.033.154	53.185.761
Afrique	2.244	2.153	184.454	511.927
Océanie	<u>731</u>	<u>731</u>	<u>608.624</u>	<u>608.624</u>
Total mondial	526.208	533.816	164.466.287	174.382.774

Les effectifs de l'Alliance sont donc en nette progression, un effort spécial étant fait dans les pays sous-développés en vue d'y promouvoir l'expansion de la formule coopérative (notamment sous l'angle de la formation des cadres). L'Alliance a conclu à cet égard un accord avec la Confédération Internationale des Syndicats Libres, les deux organismes devant coordonner leurs activités dans le domaine de l'éducation.

L'Alliance, qui emploie un secrétariat d'une vingtaine de personnes, a disposé au cours de ces dernières années d'un budget de l'ordre de 60 000 à 65 000 livres sterling. Elle couvre toutes les formes et tous les secteurs de la coopération (coopératives de consommation, de production, d'habitation, de crédit, d'assurances, coopératives agricoles et de pêche). Mentionnons aussi l'existence de quelques fédérations commerciales internationales ou régionales affiliées à l'Alliance : ainsi l'International Cooperative Petroleum Association, fondée en 1947 pour [p. 159] la vente du pétrole et des produits pétroliers, qui groupe 36 organisations nationales dans 23 pays. Signalons enfin que l'Alliance est l'une des dix

organisations non-gouvernementales à bénéficier d'un statut consultatif de catégorie A auprès du Conseil Économique et Social des Nations Unies.

L'Alliance Coopérative est l'une des rares parmi les grandes organisations non-gouvernementales à posséder des membres à l'Est comme à l'Ouest. Il en est résulté des difficultés sérieuses quant à l'admission des membres. Les coopératives russes, bulgares, roumaines, tchécoslovaques et yougoslaves, qui appartenaient à l'Alliance avant la guerre en sont restées membres. Par contre, celles de plusieurs autres pays (Albanie, Allemagne de l'Est, Chine, Corée du Nord, Hongrie, Nord-Vietnam, Pologne) ont fait jusqu'à présent l'objet d'un refus d'admission de principe. C'est là un compromis dont le caractère boiteux est apparent.

Lors du Congrès de Stockholm (1957), le comité central de l'Alliance avait constitué un sous-comité pour examiner les normes devant présider à l'admission de nouveaux membres. Celui-ci a conseillé de réserver la qualité de membre ordinaire aux organismes qui se révèlent, après un examen rigoureux, des organisations coopératives authentiques et libres et de ne recevoir comme membres associés que des organismes dont on a quelque raison de penser qu'après un stade de transition, ils deviendront des organisations coopératives authentiques et libres, dignes d'être élues membres ordinaires. Ce point de vue fut combattu lors du congrès de Lausanne (1960) par l'U.R.S.S. qui présenta une résolution demandant que soient admis comme membres ordinaires toutes les organisations coopératives nationales dont les buts sont conformes aux statuts de l'Alliance, quelle que soit la structure politique et sociale des pays auxquels elles appartiennent : cette résolution soviétique fut rejetée par près des deux tiers des voix.

Lors du Congrès de Bournemouth (1963), le *statu quo* a été maintenu, les délégations soviétique et tchèque ayant retiré leurs propositions d'amendement aux statuts. Toutefois il a été décidé d'envoyer en Pologne une commission de trois membres pour s'informer sur place des conditions de fonctionnement des coopératives ¹.

Il ne serait certes pas difficile de mettre en cause l'authenticité et la liberté des coopératives de divers pays sous-développés dont les gouvernements ont l'habitude de soumettre à un strict contrôle public toutes les formes d'activité collective : propension qui renforce l'actualité du problème des rapports entre le mouvement coopératif et l'État. [p. 160] Mais, bien entendu, le conflit porte essentiellement sur le cas des pays à régime communiste. Les conditions socio-économiques qui y prévalent, et sans que l'on porte à leur endroit le moindre jugement de valeur, correspondent-elles à la philosophie traditionnelle du mouvement coopératif ?

¹ Sur le Congrès de Bournemouth qui a réuni 444 délégués de 34 pays, voir LAMBERT (P.), « Le XXII^e Congrès de l'A.C.I. », *Annales de l'Économie Collective*, octobre-décembre 1963, pp. 613-623.

L'analyse du système de distribution en Union Soviétique n'incite pas à répondre de manière affirmative. Il y existe certes un commerce coopératif représenté par des groupements de consommateurs appartenant aux kolkhozes. Ces coopératives ont comme objectif l'approvisionnement de leurs membres en produits industriels et parfois agricoles, ainsi que la cession de la production de leurs membres. Elles desservent en principe la population rurale et surtout les paysans des kolkhozes. Pour le surplus de la population, si l'on fait abstraction d'un commerce kolkhozien qui écoule certains excédents collectifs et les productions individuelles, le commerce revêt une forme étatique qui, d'après les spécialistes soviétiques, constitue la distribution la plus progressiste du point de vue socialiste. Ce commerce se répartit en plusieurs réseaux qui relèvent d'instances administratives différentes (65% dépendant des ministères du Commerce des Républiques Fédérées).

Un tel système de distribution n'a plus grand chose à voir avec les formules habituelles de la distribution dans nos pays. Le commerce proprement coopératif — celui qui justifie l'inclusion de l'U.R.S.S. dans l'Alliance — est lui-même très hiérarchisé et contrôlé de près par les autorités. Les transactions s'effectuent à des prix fixés par l'État pour les articles industriels et à des prix réglementés pour les produits agricoles. Une certaine planification est prévue. En bref, il s'agit d'un univers socio-économique profondément différent de celui dans lequel opèrent les coopératives traditionnelles.

Je comprends parfaitement que le souci d'améliorer les rapports internationaux conduise à ne pas tenir compte de ces divergences dans la politique de recrutement. Mais il n'est pas très raisonnable d'accepter pour l'U.R.S.S. et la Roumanie exactement ce que l'on refuse d'admettre pour la Hongrie et la Pologne sous prétexte que les premières ont connu un développement historique différent de celui des secondes. Le problème de la collaboration avec les pays communistes ne se divise pas. Cependant ces tactiques prennent un autre sens si l'on admet qu'elles ont pour objectif de maintenir l'Alliance dans la mouvance des nations occidentales (ce que les Anglais appellent *a western grip*).

[p. 161]

V. AUTRES MODES DE RÉDUCTION DU PROFIT COMMERCIAL

[Retour à la table des matières](#)

D'autres organismes de distribution s'efforcent de réduire l'ampleur du profit commercial, certains se réclament de l'enseigne coopérative. Ils font l'objet de vives critiques de la part des commerçants privés et aussi des coopérateurs qui les dénoncent fréquemment comme de pseudo-coopératives. Je voudrais dire quelques mots de certaines de ces formules dont, finalement, bien peu mettent en cause ou bousculent le fondement initial du capitalisme.

Les coopératives d'entreprise d'abord. Ayant connu un grand développement durant la guerre, elles ont décliné depuis 1945. Toutefois en 1955, le Conseil National du Commerce fixait encore leur nombre à 1 200 (avec 2 700 magasins). Nombreuses sont les grandes affaires, privées et nationalisées, qui, dans le cadre de l'action sociale, accordent des subventions à ces organismes. Un décret du 20 mai 1955, tout en supprimant les restrictions dont ceux-ci étaient frappés par le décret-loi du 29 juillet 1939, édicte à leur encontre diverses obligations et institue, au moins sur le papier, des contrôles rigoureux.

On accuse volontiers de telles activités de perturber la distribution normale et de favoriser les fraudes fiscales. Encore que fort « intéressés », ces reproches ne sont probablement pas dépourvus de tout fondement. Cependant, la critique serait mieux fondée si le commerce tenait un plus grand compte des intérêts légitimes des acheteurs et avait pour ambition de réduire, à tous les niveaux, les prélèvements effectués sur le consommateur final. Compte tenu de l'exploitation que subit celui-ci, il est difficile de ne pas approuver toute démarche, même imparfaite, dont le résultat final est la valorisation du pouvoir d'achat.

Je mentionnerai ensuite les groupements d'achat dont il existe plusieurs sortes et qui, dans l'ensemble, rendent aux consommateurs qui les utilisent des services certains. L'une de ces formules consiste à remettre aux membres des carnets permettant d'obtenir des remises plus ou moins élevées chez divers fournisseurs. D'audience initialement limitée, ce procédé a gagné en importance depuis 1945 par suite des circonstances. Aujourd'hui de multiples mouvements (familiaux, syndicaux, féminins, culturels) donnent ainsi à leurs adhérents la possibilité d'acquérir de nombreuses espèces de marchandises à des prix réduits [p. 162] (la remise allant de 5 à 30%). Finalement, de véritables entreprises commerciales se sont constituées selon le même schéma : elles procurent des cartes à toute personne qui en manifeste le désir et reçoivent pour leur propre financement une partie généralement faible des ristournes consenties par les fournisseurs.

Autre forme de groupement qui depuis 1950, connaît quelque développement aux États-Unis : les maisons d'escompte dites fermées. Il s'agit généralement de sociétés privées qui louent un magasin à loyer peu élevé et en concèdent les rayons à divers fournisseurs. Ceux-ci y mettent leurs produits en vente avec un escompte dont le taux a été débattu avec la société concédante. Pour adhérer à l'organisme, les clients doivent payer une cotisation d'un montant généralement très faible. La société assure sa rémunération en prenant un pourcentage sur les ventes des fournisseurs. Il existe actuellement 60 organisations de ce type qui réalisent un chiffre d'affaires total de 350 millions de dollars (quarante d'entre elles faisant partie de l'association nationale des organisations de consommateurs qui possède 1 650 000 membres avec lesquels elle effectue des transactions d'un montant de 250 millions de dollars par an). Le principal attrait de ces magasins réside dans les prix mais ils offrent d'autres avantages (envoi aux clients d'un bulletin de liaison,

octroi de bourses aux jeunes...). En règle générale, malgré les pressions faites par des détaillants, les producteurs d'articles de marque n'ont pas accepté de boycotter les maisons d'escompte.

Bien qu'apportant des avantages à leurs membres, de telles formules ne disposent pas d'assez de force pour peser sur la distribution à l'échelle nationale : si l'on veut, elles n'ont pas la dimension ou le quantum de puissance indispensable à cet effet. Tel n'est pas le cas, en Suisse, de la Fédération des Coopératives Migros dont les coopératives affiliées ont réalisé en 1961 un chiffre d'affaires de 1 066 millions de francs suisses avec un nombre d'affiliés de 585 000. Dans sa forme actuelle, l'affaire résulte de la modeste entreprise lancée par G. Duttweiler en 1925 et que celui-ci devait en 1940 transformer en coopérative par distribution gratuite de parts sociales aux familles des clients attirés.

Depuis le début, la politique de Duttweiler (décédé en juin 1962) fut de réaliser et, ce faisant, d'imposer à ses concurrents la baisse des prix. Aujourd'hui comme hier, l'argument commercial de la Migros est d'inviter ses clients à faire la comparaison entre les prix pratiqués par la firme et ceux demandés ailleurs. Or, si l'on considère le sort de l'ensemble des consommateurs, il n'y a aucune mesure qui ait autant d'importance qu'une baisse profonde et réelle des prix pratiqués. Une fois acquise ou [p. 163] déterminée la structure des revenus, le plus grand service que l'on puisse rendre aux acheteurs est de restreindre l'ampleur des marges commerciales dont une partie notable correspond à un prélèvement purement parasitaire.

On a peine à se représenter de l'extérieur l'ampleur des obstacles et la violence des critiques que dut affronter Duttweiler avant de parvenir à consolider son entreprise. Il reste vrai que si ses intentions étaient certainement désintéressées, les procédés de combat qu'il utilisa ne furent pas toujours empreints d'une égale correction. L'Union des Coopératives de Consommation elle-même devait, en mars 1941, repousser l'offre de collaboration présentée par la Migros — Duttweiler étant accusé de faire servir les coopératives qu'il venait de fonder à des objectifs de politique personnelle.

Tout compte fait cependant, et en raisonnant sur la longue période, je crois que cette entreprise, dont le fondement intellectuel est un curieux mélange de libéralisme manchestérien et de générosité sociale (parfois à la limite du paternalisme) a servi les intérêts du consommateur suisse qui vit dans une économie techniquement efficace mais étroitement cartellisée. La coopération « historique », si elle a pu subir certains dommages du fait des attaques sévères que Duttweiler lança contre elle, puisa dans cette lutte l'impulsion indispensable à une modernisation rapide de son réseau commercial.

À quelques égards, l'expérience Migros se rapproche des méthodes employées par les *discount houses* américains. Elle en diffère cependant par un aspect

fondamental : l'absence chez Duttweiler et ses successeurs du mobile du profit privé qui caractérise la maison d'escompte et les conduit à adopter des procédés qui ne sont pas tous favorables à l'intérêt des consommateurs. C'est à ce titre que l'activité de la Fédération Migros — qui consacre chaque année des sommes importantes au financement d'activités culturelles et éducatives — me paraît relever de l'économie collective, au sens large de l'expression. Signalons enfin la création par ce groupe d'un Institut de recherches sur la nutrition.

Peut-être sera-t-on tenté de rapprocher de l'expérience Migros le cas des centres distributeurs ouverts par E. Leclerc qui, sans apporter une « révolution commerciale » comme on l'a un peu trop légèrement dit, rendent d'incontestables services aux consommateurs à revenus modestes en leur permettant de réaliser sur plusieurs articles des économies substantielles. Le rapprochement n'est certainement pas dépourvu de pertinence au sens où, dans les deux situations, le but du promoteur a été d'obtenir une baisse profonde du prix — diminution que désormais les producteurs capitalistes s'ingénient à contenir par tout un réseau de pratiques restrictives.

[p. 164] Autres points communs : la très grande modestie des débuts de l'un et de l'autre ainsi qu'une même tendance à utiliser, dès que les moyens en sont acquis, les formes commerciales les plus modernes (et notamment celle du super-marché dont Leclerc a ouvert en mars 1962 le plus vaste de toute la Bretagne). Indubitablement, E. Leclerc a, comme C. Duttweiler avait, un sens aigu de la lutte commerciale : voir à cet égard la pénétration du premier, tenu jusque-là pour un spécialiste de l'épicerie et des produits d'entretien, dans la branche textile à un moment où le gonflement des prix par l'excès des prélèvements des intermédiaires compromettrait l'écoulement d'une production en pleine expansion.

Les deux hommes ont dû affronter l'opposition du monde commercial. Sur ce point, Leclerc a bénéficié d'une situation plus favorable que celle de G. Duttweiler dans la mesure où le lancement de sa campagne n'a pas été entravé par l'hostilité systématique des autorités publiques et où la législation française n'admet plus, même pour les produits dits de marque, le boycottage par refus de vente. Mais les affaires ont utilisé bien d'autres moyens de lutte : octroi par les fournisseurs de larges ristournes au commerce intégré afin de lui permettre de pratiquer, juste pendant le temps nécessaire à la destruction de l'expérience, des prix de dumping ; ou encore création à l'aide de gros capitaux (venant de banques ou de sociétés financières) de magasins spécialement conçus pour abattre, en un point sensible, la concurrence des centres. En plusieurs occasions, l'appui des autorités officielles, décidées à obtenir le respect des dispositions réglementaires en vigueur, a permis aux centres Leclerc de traverser des passes difficiles (multiplication des refus de vente).

En définitive, la politique commerciale d'E. Leclerc qui n'est pas un magicien est simple : distribuer rapidement à une nombreuse clientèle et pour cela vendre

directement aux consommateurs à des prix qui sont généralement ceux du commerce de gros (ce qui implique de refuser, comme l'avait fait G. Duttweiler depuis plus de 30 ans, de s'en tenir à des usages commerciaux dont la principale raison d'être demeure d'assurer la pérennité des situations acquises). Selon leur fondateur, les centres de distribution pratiqueraient une marge moyenne brute de 9 à 10%, le bénéfice net des exploitants de ces centres se situant entre 1,40 et 1,50% du chiffre d'affaires. De telles méthodes sont loin de régler tous les problèmes et toutes les difficultés que doivent affronter les consommateurs. Elles représentent en somme une forme de capitalisme agressif qui est fort mal vue aujourd'hui des couches dominantes. Finalement, rien n'est fait ou presque dans ce secteur pour faire passer les consom-[p. 165] mateurs de la position d'un objet à celle d'un sujet. Ces expériences ont toutefois l'immense avantage d'illustrer l'ampleur de l'exploitation que, sous des prétextes divers (dont le service après vente), subissent les acheteurs et de montrer qu'il ne saurait y avoir de baisse marquée du coût de la distribution sans une profonde réforme des circuits commerciaux qui comporte d'importants regroupements et de nombreuses suppressions. S'il est un point qu'établissent clairement les expériences Migros et Leclerc, c'est que le public accepte la disparition de certaines commodités dès lors que cette privation est compensée par une baisse de prix notable. Encore une fois, il serait préférable pour les consommateurs modestes que la concurrence emprunte la voie de la baisse des prix plutôt que celle de la course à l'embellissement des magasins (la méthode Leclerc ayant toutefois, surtout au départ, trop négligé le facteur confort et temps du client).

L'idée d'E. Leclerc est qu'en définitive son activité profite à tous les consommateurs de France. Le point est simplement de savoir s'il opère à une dimension suffisante pour influencer sur tout le circuit national de distribution. Rappelons à cet égard que le premier centre a été ouvert en 1950 à Landerneau, d'autres ayant été créés dans les années suivantes en plusieurs villes de Bretagne. Mais Leclerc a également implanté son réseau en plusieurs points du territoire (dont la région grenobloise et le midi languedocien) : il dispose désormais et assure le contrôle d'environ 300 centres (dont 260 centres alimentaires, environ trente pour les articles textiles et six spécialisés dans la chaussure) qui réalisent en tout un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 400 millions. Une quinzaine sont localisés dans la région parisienne, surtout au Sud de la capitale. C'est encore relativement peu si l'on compare ce volume de transactions au milliard de francs suisses réalisé par Migros pour une population qui représente juste un peu plus du dixième de la population française. Les centres distributeurs ont certainement déjoué les diagnostics pessimistes mais je doute que sur le plan national l'offensive soit assez forte pour susciter des changements notables (de tels résultats ayant par contre pu être obtenus en certains départements ou quartiers urbains).

Quand il s'agit d'expériences encore totalement dominées par une personnalité, tout pronostic d'avenir ressemble à une devinette. Migros survit à son fondateur

parce que 37 ans se sont écoulés entre la création de l'affaire et le décès de son principal animateur. Il est profondément regrettable que, dans l'état actuel des choses, des organisations stables comme les syndicats ouvriers ne puissent être associées au destin de telles entreprises. En effet, une telle participation permettrait à la fois d'ins-[p. 166] tituer une sorte de contrôle au profit des travailleurs qui sont les plus intéressés à ces tentatives et en même temps de préserver certaines chances de durée. Mais ce vœu, dont j'admets le caractère utopique, nous conduit directement à l'étude des associations de consommateurs sans activités commerciales.

[p. 167]

CHAPITRE VI

GROUPEMENT À VOCATION GÉNÉRALE

[Retour à la table des matières](#)

IL S'AGIT, en somme, de groupes d'intérêt dont l'objectif est de représenter et de défendre les consommateurs tant auprès des entreprises de production et de distribution que de l'appareil gouvernemental. Les formes juridiques adoptées par ces organismes varient selon les législations nationales. En France, la consommation n'étant considérée ni comme une activité professionnelle ni comme une activité commerciale, les consommateurs sont dans l'incapacité d'adopter, pour servir de cadre à leur rassemblement, la formule du syndicat professionnel ou de la société commerciale. La seule voie ouverte à cet effet est le régime de la loi du 1^{er} juillet 1901 (qui accorde aux « associations déclarées » les facultés indispensables à une telle activité : percevoir des cotisations et recevoir des subventions, ester en justice, acquérir les immeubles « strictement nécessaires »...).

Le mouvement d'organisation générale des consommateurs est actuellement en pleine expansion. Au cours des dernières années, de nombreux groupes — dont il est difficile d'apprécier dès maintenant la valeur et les chances de durée — sont venus s'ajouter aux associations existantes. Tout essai pour présenter une matière en cours d'évolution expose son auteur à commettre des oublis et à verser dans des appréciations arbitraires. Manquant du recul indispensable à une description et à une évaluation sereines, j'essaierai cependant, sur la base d'une observation attentive, de dresser un tableau représentatif de la situation.

[p. 168]

1. LES PREMIÈRES TENTATIVES

[Retour à la table des matières](#)

L'idée d'une défense des consommateurs par l'exercice d'une action commune s'affirme à la fin du XIX^e siècle, spécialement dans l'ordre des services (Ligue des abonnés au téléphone, Chambres syndicales de locataires, Fédération des ligues de voyageurs, surtout des chemins de fer, Touring Club...). Des associations se forment également pour obtenir le respect de la législation contre les fraudes alimentaires (par exemple, Société de l'aliment pur). On observe à cette époque la réalisation d'un certain nombre de grèves d'acheteurs en France et dans quelques pays étrangers. De plus, ces ligues utilisent l'arme judiciaire en attaquant devant les tribunaux les producteurs qui ne respectent pas les réglementations existantes : mais la reconnaissance par les tribunaux du droit des groupements d'agir en justice pour la défense d'un intérêt collectif soulève de difficiles questions.

En 1910 fût fondée à Paris une Ligue des consommateurs qui se proposait de rassembler en une vaste fédération toutes les ligues particulières existantes et d'entreprendre les démarches que celles-ci, livrées à leurs ressources individuelles, se trouvaient dans l'incapacité d'accomplir. Cinquante ans après, les mobiles avancés pour légitimer cette création n'ont rien perdu de leur actualité. Observant que la puissance d'achat a su, en diverses occasions, faire sentir son poids mais que de tels efforts sont handicapés par le grand retard de l'éducation des consommateurs, le programme initial préconisait le rassemblement de tous ceux qui achètent et paient, en un grand syndicat capable de les représenter avec dignité et de les défendre avec efficacité contre les fraudes et abus de tout genre. Notons en particulier l'idée, encore très neuve pour l'époque, d'une « syndicalisation » des consommateurs que divers publicistes (et notamment G. Valois) devaient retrouver une vingtaine d'années plus tard. La guerre qui allait entraîner le décès du fondateur de la Ligue suspendit, bien entendu, toutes les activités de cet ordre.

À la même époque, s'étaient constituées des ligues sociales d'acheteurs d'inspiration différente. D'origine américaine, ces organisations voulaient utiliser la faculté de répartition des achats dont disposent les consommateurs pour mettre fin à diverses injustices ou immoralités dans les conditions de travail et de vente. À cet effet, les ligues établissaient des « listes blanches » où figuraient les maisons traitant leur personnel avec correction et humanité. Elles délivraient aussi des « labels » que les [p. 169] « bonnes maisons » étaient autorisées à placer sur leurs produits. En orientant ses acquisitions d'après de telles indications, le consommateur se trouvait en mesure, du moins l'espérait-on, d'exercer sur les fabricants et négociants une pression susceptible de compenser les insuffisances et lacunes de la législation du

travail d'alors. La première ligue française de ce type vit le jour à Paris en 1902 cependant qu'en 1909 était instituée une fédération à l'échelle nationale : il ne semble pas qu'en France les effets de ce mouvement aient été considérables (de meilleurs résultats ayant été obtenus en d'autres pays dont les États-Unis).

Après la première guerre mondiale, on assista d'abord à la fondation de quelques ligues de consommateurs dont l'échec fut généralement rapide. Cependant, en 1927, une tentative de plus vaste envergure intervenait avec la création d'une Confédération Générale de la Consommation, destinée à réunir de nombreux groupements préoccupés par la défense des intérêts des consommateurs (anciens combattants et mutilés de guerre, fonctionnaires, travailleurs intellectuels, coopératives de consommation...). Parmi les objectifs fixés au nouvel organisme, mentionnons : la discussion des problèmes avec les représentants des producteurs et notamment la recherche avec eux du « juste prix » ; l'établissement de rapports suivis avec les pouvoirs publics ; l'éducation des consommateurs en ce qui concerne, le choix, l'achat et l'utilisation des marchandises ; la normalisation de la production, de la présentation et de la répartition des produits ; l'allègement des impôts de consommation et l'abaissement des droits de douane au minimum strictement indispensable à l'intérêt du pays ; le contrôle des monopoles, ententes, trusts nationaux et internationaux...

Malgré quelques naïvetés ou illusions qui persistent encore aujourd'hui (ainsi l'idée de persuader les producteurs à l'aide d'arguments moraux de ramener à un niveau légitime les prélèvements effectués sur les acheteurs) c'était là pour une époque qui ne connaissait pas encore la planification, un programme élémentaire certes mais assez cohérent et dont certains articles pourraient être repris aujourd'hui, sans modification substantielle, par les groupes de défense des consommateurs.

Sur le papier, la Confédération, qui rassemblait par le truchement des groupements affiliés cinq à six millions de membres, semblait constituer une force puissante. Cependant, sa première réunion publique tenue à Paris le 24 février 1929, sous la présidence de Charles Gide, ne devait attirer qu'un auditoire clairsemé. Une fois de plus, le consommateur montrait son indifférence à l'égard de toutes les entreprises vouées à sa protection et dès lors cet ambitieux projet se révéla sans lendemain.

[p. 170]

pansion * des tendances monopolistes de l'économie accusant l'urgence d'un tel regroupement. Cependant, jusqu'à une époque récente, leurs avertissements et suggestions demeuraient pratiquement sans écho dans le public. On peut admettre

* [? Tel quel, dans l'édition de papier, MB.]

qu'actuellement : les tentatives faites à ce titre suscitent un plus vaste intérêt en des secteurs nombreux et variés de la vie sociale.

II. CENTRES D'IMPULSION

[Retour à la table des matières](#)

L'expansion actuelle du mouvement des consommateurs résulte d'influences multiples, dont, faute d'un recul suffisant il s'avère difficile de réaliser le recensement et plus encore la pondération. Toutefois, je crois possible d'avancer que trois grands secteurs de la vie sociale, dont le poids relatif varie d'un pays à l'autre, ont facilité cette prise de conscience et contribué à imprimer l'élan indispensable : les syndicats ouvriers, les groupements familiaux, les associations féminines. Mais cette énumération n'est nullement exhaustive et bien d'autres forces ont joué dans le même sens, les unes d'inspiration privée (ainsi les coopératives de consommation et certains partis socialistes), d'autres de nature gouvernementale (par exemple les services ou offices de productivité). On peut même déceler des influences étrangères (venant principalement des États-Unis) dans la création de certaines de ces organisations (celles se vouant à des tests comparatifs).

En évitant de me perdre dans la recherche de priorités — problème qu'il faudrait analyser pays par pays, sans être certain d'obtenir des résultats significatifs — je voudrais marquer le sens de chacune de ces interventions et en illustrer la portée à l'aide de quelques exemples.

1. Syndicats ouvriers.

[Retour à la table des matières](#)

Leur participation à cette lutte trouve son explication dans la médiocrité des revenus dont, en cette période dite d'opulence, doit se contenter la grande masse des travailleurs. Le combat syndical contre l'exploitation patronale serait vain si le pouvoir d'achat ainsi acquis était partiellement perdu en raison des abus et manœuvres du secteur de la distribution : ainsi s'explique la vieille alliance nouée en plusieurs pays en [p. 171] tre le syndicalisme et la coopération de consommation. Au cours des dernières années, le syndicalisme, alerté par la montée des dangers qui accablent les acheteurs, a tenté de promouvoir de nouvelles formes de protection (en particulier essais comparatifs de marchandises) ou s'est associé aux efforts entrepris en ce sens.

L'un des plus grands avantages qu'apporte le syndicalisme à la défense des consommateurs est l'ampleur de ses effectifs ainsi que la qualité de sa tradition

éducative. Sans aucun doute, les expériences les mieux réussies en matière d'essais comparatifs — celles de la Consumers Union des États-Unis et de la Consumers Association de Grande-Bretagne — doivent-elles beaucoup à l'appui qu'elles ont trouvé et à la sympathie qu'elles ont suscitée chez les élites syndicales.

Je voudrais, comme premier exemple d'intervention directe, citer le cas de l'Union Syndicale Suisse qui, dès 1933, soulignait dans son programme de travail l'importance de la capacité de consommation ou, si l'on préfère, du maniement du pouvoir d'achat comme arme de la classe ouvrière. Le Nouveau Programme qui sert de base à l'activité de l'Union déclare expressément que leur travail et leur pouvoir d'achat sont les deux seules armes dont disposent les travailleurs sur le plan économique. En décembre 1955, inquiète du démantèlement rapide du contrôle des prix (notamment dans l'ordre des loyers) qu'effectuaient les autorités fédérales sous la pression des milieux économiques, l'Union a provoqué la formation de la Communauté d'Action des Salariés et des Consommateurs. La Communauté, qui rassemblait au départ l'Union Syndicale, la Fédération Syndicale des Employés et l'Union Fédérative du Personnel des Administrations et Entreprises Publiques, a reçu, au début de mai 1956, l'adhésion de l'Union Suisse des Coopératives de Consommation.

Le but de la Communauté est de créer les conditions d'une défense efficace des consommateurs. Ses principaux objectifs sont le maintien du plein emploi, la lutte contre la hausse constante du coût de la vie et la sauvegarde de l'équité dans la distribution d'un revenu national croissant. En raison de l'état de la conjoncture, cet organisme s'est surtout préoccupé de lutter contre l'augmentation des prix (notamment dans le domaine alimentaire). La Communauté a également présenté aux autorités (février 1962) un programme tendant à combattre les conséquences pour les budgets ouvriers de la « surchauffe » économique.

Récemment, l'Union Syndicale Suisse s'est prononcée pour une amélioration de l'information du consommateur afin que celui-ci, qui n'est [p. 172] encore qu'« un pion sur l'échiquier », soit en mesure d'user du pouvoir dont il dispose pour contraindre les producteurs et intermédiaires à mieux servir ses intérêts : l'Union insiste à cet effet pour que soit prise en considération la suggestion de la Communauté tendant à la réalisation de tests de marchandises par un ou plusieurs organismes neutres avec l'aide financière de la Confédération ¹.

Cette mission est actuellement accomplie en France par l'Organisation Générale des Consommateurs (OR.GE.CO). Cet organisme a été fondé en novembre 1959 à

¹ *Correspondance Syndicale Suisse*, 1963, n° 37, pp. 330-331. Selon la *Correspondance...*, 1963, n° 51, p. 436, la Communauté a chargé l'Institut suisse de recherches ménagères de tester certains produits. D'après les plus récentes informations, la Communauté aurait décidé de créer une Fondation en vue d'assurer la protection des consommateurs : information appréciation de la qualité, évaluation du rapport qualité/prix, perfectionnement de l'étiquetage...

l'initiative de différentes personnalités du monde syndical et coopératif frappées de l'isolement du consommateur face à des groupes économiques toujours plus puissants¹. Parmi les milieux dont venaient les promoteurs de cet organisme, je mentionnerai la Confédération Générale du Travail-Force Ouvrière, la Confédération Française des Travailleurs Chrétiens et la Confédération Générale des Cadres. Tout en bénéficiant de la sympathie et de certains appuis de la part de ces centrales (et spécialement de la C.G.T.-F.O.), l'OR.GE.CO (association régie par la loi de 1901) agit et intervient en son nom propre. De la même manière, ce sont des personnalités du monde coopératif et non la F.N.C.C. qui représentent le point de vue de la coopération dans ce groupement. Cependant, bien qu'elle émane de milieux syndicaux, l'organisation se veut au service de toute la population française (y compris, ce qui me paraît un peu ambitieux, des industriels et des commerçants).

Parmi les premières initiatives publiques de l'organisation, je mentionnerai un communiqué de soutien en faveur des centres Leclerc que les grands magasins s'efforçaient d'abattre en refusant d'acheter les articles qui seraient également livrés à ces centres : ce texte, en date du 14 mars 1960, demandait aux autorités de mettre fin à un tel boycottage. Par un autre communiqué, en date du 11 avril, l'OR.GE.CO. dénonçait les campagnes menées contre les coopératives ouvrières de consommation qui fonctionnent sur les lieux du travail et apportent une aide précieuse aux familles ouvrières en réduisant les marges commerciales.

Actuellement, l'activité de l'organisation se développe en deux grandes directions : interventions auprès des pouvoirs publics (prix imposés, refus de vente, régularisation des marchés...) et information du consommateur (spécialement par dénonciation de la publicité abusive et réalisation de tests comparatifs). Dans cet ordre d'idées, l'ambition de l'OR.GE.CO est de devenir le banc des essais ménagers.

Ce groupement qui ne redoute pas d'utiliser, à l'égard des producteurs, le style syndical, se heurte dans ses démarches à une certaine cons-[p. 173] piration du silence due à la pression des annonceurs. Cependant quelques journaux, *Le Monde* en premier lieu, n'hésitent pas à informer leurs lecteurs des travaux réalisés par l'OR.GE.CO dont la faiblesse des ressources a rendu le lancement difficile.

Nous trouverons dans la suite de ce chapitre plusieurs exemples de participation des syndicats à des organisations de défense des consommateurs. En principe, la répartition des compétences entre les deux séries d'organismes est simple, les premiers s'occupant de la formation du revenu des travailleurs dont les seconds s'efforcent d'assurer l'emploi optimal. Cependant les conditions de fonctionnement du régime capitaliste sont susceptibles de faire naître certaines contradictions entre ces deux missions, ne serait-ce que dans la mesure où les travailleurs sont poussés, par la pente du système, à exiger une part aussi large que possible des gains de

¹ Sur les circonstances et mobiles de cette création, voir *Force Ouvrière*, 16 novembre 1960, pp. 4-5.

productivité (qui, sans cela, risqueraient simplement de contribuer au grossissement des profits patronaux). Il en résulte une distribution différentielle des résultats du progrès technique dont il serait pourtant souhaitable que tous les consommateurs reçoivent une fraction, sous la forme d'une baisse des prix. Un tel phénomène est pratiquement impossible à corriger dans une économie fondée sur la recherche du profit privé. En règle générale, les membres des syndicats sont à la fois acheteurs de biens et vendeurs de travail. Dans le système actuel des rapports socio-économiques, leur objectif habituel est de valoriser l'apport de main-d'œuvre — les salariés d'un certain rang étant souvent mieux placés à cet égard que les travailleurs modestes, peu ou mal qualifiés, dont les besoins essentiels restent partiellement insatisfaits. Autrement dit, l'action syndicale ne conduit pas nécessairement à réparer les défauts que révèle l'étude de la consommation. Pourtant, il est certain qu'en attribuant leur soutien à toutes les activités tendant à réduire l'exploitation des acheteurs par les firmes et groupes économiques, les syndicats sont en mesure de contribuer à l'amélioration du bien-être collectif.

2. Groupements familiaux.

[Retour à la table des matières](#)

Ils sont capables eux aussi de participer à cette mission comme l'illustre pour la Belgique, l'action de la Ligue des Familles Nombreuses et des jeunes Foyers. « Depuis quarante ans, lit-on dans une publication récente de ce groupe ¹, la Ligue s'est efforcée de procurer aux familles des ressources assurant la couverture de leurs besoins. Son action a porté ses fruits ; tout n'est pas résolu, mais le port est en vue. Le moment est venu d'aborder un autre problème aussi capital : celui de l'utilisation [p. 174] de ces ressources. Car le niveau de vie des familles en dépend ». En somme, c'est le même combat sur deux fronts que nous avons déjà rencontré pour le syndicalisme. Sans s'interdire de participer à l'activité d'autres groupements de consommateurs, les groupements familiaux interviennent souvent sur les deux tableaux de la formation et de l'emploi du revenu.

La Ligue, qui groupe aujourd'hui 400 000 familles, représentant près de deux millions de consommateurs, a engagé, au cours des cinq dernières années, de nombreuses actions au profit des consommateurs. Elle a, en particulier, réalisé l'étude des besoins des familles consommatrices en vue de faire ressortir les restrictions préjudiciables à la santé qui résultent d'une mauvaise organisation de la vie économique et sociale. Elle a de plus créé des clubs de consommateurs composés chacun de quelques ménages qui se réunissent régulièrement pour étudier et débattre les problèmes qui se posent à eux en tant que consommateurs : grâce à ces clubs, la Ligue dispose d'une source d'informations puisées à la source et

¹ *Nous acheteurs*, 1963, n° 1, p. 2.

émanant de diverses régions du pays. En vue d'améliorer l'information des acheteurs, elle a passé un accord avec l'Office pour le Contrôle de la Qualité (dont les méthodes de travail seront exposées plus loin). D'un autre côté, la Ligue s'efforce d'entraîner les familles consommatrices à l'action en leur signalant le danger qui les guettent et en les incitant à témoigner de plus de vigueur en ce domaine.

Enfin, bien entendu, la Ligue intervient auprès des autorités publiques, notamment au titre de la protection de la santé (démarches d'autant plus nécessaires que la législation belge, en matière alimentaire, date de 1890 et repose encore dans une large mesure sur le système des « listes négatives » ce qui, selon l'expression de la Ligue, a pour effet de transformer le consommateur en cobaye). Avec plusieurs autres groupements, la Ligue lutte pour l'adoption du projet de loi qui consacre le principe des listes positives et la création, dans le cadre du ministère de la Santé Publique, d'une commission, consultative de représentants de l'administration, des milieux scientifiques, des consommateurs, des producteurs et des travailleurs (commission qui disposerait d'un droit d'initiative en matière de protection et d'information des consommateurs). Il est clair que l'ampleur de ses effectifs donne à la Ligue une représentativité particulière en même temps qu'elle lui confère de lourdes responsabilités.

Le mouvement familial français repose sur une longue tradition dont les premiers jalons furent posés à la fin du siècle dernier¹. Or, au cours des dernières années, les mouvements privés qui en constituent la base ont consacré une part grandissante de leurs préoccupations et de leurs [p. 175] démarches aux problèmes de la consommation. Sans chercher à établir ici une liste exhaustive, je mentionnerai trois de ces organismes qui s'intéressent particulièrement aux problèmes traités dans ces pages : la Confédération Nationale de la Famille Rurale qui groupe dans ses 76 fédérations départementales environ 6 000 associations familiales de village et accomplit des efforts importants dans l'ordre de l'équipement et de la vulgarisation ménagère (information et éducation des acheteurs appartenant au milieu rural) ; la Fédération des Familles de France qui rassemble plus de 150 000 familles et consacre une large partie de ses efforts aux problèmes de l'emploi du revenu (niveau de vie, budget familial, consommation, logement...) ; la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales qui se propose d'assurer l'étude et la défense des intérêts matériels et moraux des familles dans tous les domaines. Citons parmi les activités permanentes de la Confédération qui est très liée avec le Mouvement de Libération Ouvrière (M.L.O.) : la constitution de services collectifs ménagers, la formation de groupements d'achats à l'intention des associations adhérentes ; la tenue d'un budget-type familial mensuel.

¹ Pour l'étude de cette période, voir TALMY (R.), *Histoire du mouvement familial en France* (1896-1939), 2 vol., Union Nationale des Caisses d'Allocations Familiales, 1962.

Le cas de la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales est spécialement important pour notre propos dans la mesure où, depuis son assemblée générale de juin 1959, l'organisme s'intéresse plus particulièrement à l'information et à l'éducation des consommateurs, en vue de concourir à la promotion d'une « véritable économie des besoins ». On peut lire dans la conclusion du rapport présenté à cette occasion : « si le secteur de la distribution est devenu le terrain de prédilection de l'exploitation capitaliste, l'action vers laquelle nous devons mener le consommateur est un véritable combat. Il faut arriver à éliminer la plus-value spéculative dans le commerce, simplifier au maximum le circuit de distribution, amener les consommateurs à prendre eux-mêmes les responsabilités dans ce secteur... La gamme des actions possibles est vaste et diverse... La consommation est un domaine important de l'action familiale ouvrière, un secteur dont dépend la vie, l'épanouissement et l'émancipation des familles populaires »¹. Notons que la Confédération a décidé d'organiser durant l'année 1964, en collaboration avec le M.L.O., quatre stages portant sur la distribution et la consommation. La Confédération regroupe des fédérations départementales et des associations locales (celles-ci implantées dans quelques 350 villes ou agglomérations). Elle atteint ainsi plus de 40 000 familles. La Confédération a organisé durant le premier trimestre de 1961 une enquête sur l'équipement ménager des familles dont j'ai précédemment utilisé certains résultats. Par [p. 176] mi les revendications destinées à lutter contre la prolétarianisation des familles populaires (frustrées dans le partage de la richesse nationale, empêchées de satisfaire leurs besoins de connaissance et de culture, évincées de l'accès aux responsabilités), je citerai : orientation dynamique pour les équipements collectifs (avec priorité pour une construction de logements sociaux et familiaux, mise en œuvre d'un équipement social sanitaire, éducatif et culturel) ; politique sociale des loisirs et du tourisme populaire ; droit à la représentativité des associations populaires familiales (dans les commissions du Plan, au sein des conseils d'administration des caisses de sécurité sociale et d'allocations familiales...).

On sait qu'une ordonnance du Gouvernement provisoire en date du 3 mars 1945 a posé les principes d'une organisation unifiée du mouvement familial. Sans toucher aux mouvements privés qui continuent d'agir selon leur inspiration idéologique ou morale propre, l'ordonnance crée une structure à deux étages : à la base des Unions Départementales d'Associations Familiales (U.D.A.F.) auxquelles adhèrent, en toute liberté et en continuant d'exercer leurs activités particulières, les associations privées du département ; au sommet une Union Nationale des Associations Familiales (U.N.A.F.) qui fédère les Unions Départementales. Ce système est financé par un prélèvement obligatoire de 0,03% sur les dépenses de prestations légales des caisses et organismes d'allocations familiales.

¹ *La consommation et les associations populaires familiales*, p. 24. Voir aussi le rapport présenté au congrès de juin 1962 sur le thème *Famille et Démocratie*, spécialement pp. 17-18 (supplément à *Combat Familial*, n° 28).

Le mouvement familial officiel touche, par de nombreux aspects, aux problèmes de la consommation. C'est ainsi que F.U.N.A.F. a été désignée par les pouvoirs publics pour exprimer les intérêts de la consommation familiale dans plusieurs organes officiels. De même, les Unions Départementales participent à la gestion de divers organismes dont les activités sont susceptibles d'avoir une influence sur la situation des familles. Au surplus, ces organisations jouent un rôle propre à l'égard des consommateurs. C'est à une initiative de l'Union lyonnaise que fut due la première réalisation dans l'ordre des comités de liaison commerce-consommation dont il sera parlé plus tard. L'U.N.A.F. procède à des études sur les besoins familiaux (calcul et publication de budgets-type exprimant le minimum de revenu nécessaire à la satisfaction des besoins). Elle a aussi effectué des enquêtes qui ont permis de poser sous une forme plus concrète le problème des besoins non satisfaits ou médiocrement satisfaits.

En définitive, le réseau officiel dispose d'une sorte de monopole de la représentation des intérêts familiaux auprès des pouvoirs publics, qu'il s'agisse ou non de problèmes spécifiques de consommation. Cette situation soulève aujourd'hui des critiques assez vigoureuses en divers milieux [p. 177] de la gauche qui reprochent à l'U.N.A.F. de n'avoir pas donné au mouvement familial le dynamisme et l'élan créateur que l'on espérait en 1945. C'est notamment le cas de la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales qui se refuse à utiliser les services d'une institution dont elle n'accepte pas la structure. La Confédération revendique au profit des associations familiales un droit d'expression et de représentativité que l'État tend à réserver au réseau officiel.

D'autres griefs sont adressés à celui-ci : ainsi fait-on ressortir que depuis 1945 plusieurs éléments du problème se sont modifiés : expansion des grands ensembles locatifs, qui impose une adaptation de l'équipement commercial, sanitaire, éducatif ; mise en place d'un réseau de centres socio-culturels (maisons de jeunes) qui figurent désormais dans la plupart des plans d'urbanisme. Il est souhaitable que les utilisateurs participent à l'établissement et à la coordination de ces projets. Cependant ce vœu serait irréalisable si l'on ne parvenait à susciter un syndicalisme de consommateurs et d'usagers capable d'utiliser la voie politique pour la promotion d'intérêts jusqu'alors médiocrement défendus (la référence au syndicalisme impliquant non le culte d'une forme juridique particulière mais le souci de promouvoir un certain type de préoccupations et aussi un certain style d'action). De ce fait, l'U.N.A.F. qui a été conçue et organisée sous d'autres perspectives, se trouve à une croisée des chemins.

Toujours dans le secteur familial, je voudrais mentionner l'activité de l'Union Nationale des Caisses d'Allocations Familiales qui groupe les caisses d'allocations familiales dont une loi de février 1949 a définitivement consacré l'autonomie. Si sa mission essentielle concerne la formation du revenu, l'Union, par plusieurs de ses activités sociales, touche directement les problèmes traités dans cet ouvrage (ainsi

publication d'une revue bimestrielle *L'École ménagère française*¹). Sur un plan différent, je mentionnerai le Centre de Recherches sur le Budget Familial dont l'objet est de mettre à l'honneur la notion de budget dans les familles par tous les moyens oraux ou écrits.

Les préoccupations relatives à la consommation familiale se manifestent actuellement dans un nombre croissant de pays. Je signalerai, par exemple, le Comité fédéral familial et ménager de Yougoslavie créé à Belgrade en mai 1957 et qui regroupe une trentaine d'organisations à but économique et social (parmi lesquelles l'Union des femmes yougoslaves, les syndicats de travailleurs, le Conseil yougoslave pour la protection de l'enfance, des unions d'architectes...). L'objectif principal de l'institution est d'apporter aux femmes qui ont une occupation extérieure au foyer, et à la famille en général, une aide efficace liée au développe-[p. 178] ment des techniques ménagères. L'un des aspects de ce programme est la fabrication et la diffusion des objets les mieux faits pour satisfaire les besoins familiaux et ménagers.

En définitive, si les intérêts des familles peuvent différer de ceux des salariés célibataires et des ménages sans enfants (part relative dans la rémunération des travailleurs du salaire direct et des prestations sociales), il semble bien — du moins en a-t-il été ainsi depuis 1945 — que les allocations familiales ne sont pas et, en tout cas, n'ont pas été susceptibles de provoquer cette pression sur les gains de productivité dont risque de pâtir quelque peu le consommateur moyen. On estime qu'en valeur égale, le salaire indirect (dans lequel entrent les allocations familiales) a connu un triplement depuis 1938. Cependant il semble bien que l'opération ait entraîné davantage une redistribution du revenu salarial qu'un accroissement de la masse relative de celui-ci. Dès lors, l'identité d'intérêt entre les groupements familiaux et l'ensemble des consommateurs paraît complète. Et, en conséquence, ces derniers n'ont qu'à se louer de l'intérêt que les dirigeants responsables des associations familiales portent, de plus en plus, aux problèmes de la consommation.

Entre autres avantages, ce mouvement dispose, au moins en quelques pays, d'effectifs assez grands pour que leur maniement s'il est effectué avec vigueur, impressionne les hommes politiques. Reste il est vrai un handicap : l'hétérogénéité du recrutement professionnel des groupes familiaux qui s'adressent aussi bien aux classes moyennes qu'aux masses populaires. Dans ces conditions, on peut penser qu'une partie de la clientèle familiale risquerait d'être effarouchée par un programme ambitieux et rigoureux, du type de celui suggéré par la Confédération

¹ Dont le numéro de juillet-août 1961 publie d'intéressantes contributions du Dr J. TREMOLIÈRES sur les critères permettant de qualifier un aliment de « bon pour la santé » et de F. CUSTOT sur les labels de qualité. Pour une vue générale du problème, voir le n° d'octobre-novembre 1960 de la revue *Informations Sociales* consacré à « L'action sociale des Caisses d'Allocations Familiales ». Voir aussi : Journées d'Études Sociales, Paris, 1962 (publié par l'U.N.C.A.F.).

Nationale des Associations Populaires Familiales. Nous retrouvons ainsi le problème déjà évoqué des possibilités et des limites du combat pour les consommateurs dans le respect de l'ordre socio-économique établi.

3. Associations féminines.

[Retour à la table des matières](#)

Le principal argument qu'invoquent ces associations pour s'intéresser aux problèmes de la consommation est la responsabilité assumée par la femme dans la gestion du budget familial et l'utilisation du pouvoir d'achat disponible. Deux voies s'offrent aux femmes à cet effet : la création de groupes spécialisés dès le départ dans ces questions ; l'adoption de telles préoccupations par des organismes voués initialement à l'amélioration de la condition féminine dans son ensemble.

La Belgique est l'un des pays où la coloration féminine du mouvement [p. 179] des consommateurs est la plus forte. Je mentionnerai en particulier le cas de l'Union Féminine pour l'Information et la Défense du Consommateur (U.F.I.D.E.C.) fondée en avril 1959 sur l'impulsion conjuguée des Femmes Prévoyantes Socialistes (350 à 400 000 membres) et de la Ligue Nationale des Coopératrices (23 000). Dès le début, la préoccupation dominante de l'U.F.I.D.E.C. a été, d'une part de contrôler la qualité, les procédés de fabrication, les techniques de vente et le prix des produits de grande consommation, d'autre part d'assurer le progrès de la législation en matière de protection du consommateur.

L'un des premiers abus qu'a dénoncé l'Union est l'utilisation du phosphate pour le traitement du jambon. L'emploi de cette matière ne correspond à aucune nécessité mais les producteurs y trouvent un avantage car le phosphate retient dans le jambon une grande quantité d'eau (que le client paie naturellement au prix de la viande). Grâce à la dénonciation publique de cette pratique, à une campagne de presse et à une interpellation au Parlement, un arrêté royal, publié dans le Moniteur du 17 avril 1961 a réglementé la composition des saumures utilisées pour la préparation des viandes dans des proportions ne permettant plus de vendre des jambons « gorgés d'eau ». L'U.F.I.D.E.C. a de la sorte vaincu plusieurs grandes firmes dont toutes les fabrications de viandes, préparées reposaient sur l'utilisation des phosphates. Mais si une vaste entreprise de tromperie a pris fin, combien d'autres demeurent.

De son côté, la Ligue Ouvrière Féminine Chrétienne a fondé en mai 1959 un Conseil des Ménagères en vue de la défense et de l'information des ménagères. L'objectif de l'opération est d'apporter à la Ligue une connaissance précise des desiderata des consommatrices et des difficultés qu'elles rencontrent : celle-ci espère être mieux en mesure, grâce aux avis reçus, de lutter contre les embûches de la publicité et le leurre des ventes à tempéraments ainsi que d'obtenir des améliorations dans le domaine des prix et de la qualité. Le Conseil, composé de

mères de famille du milieu populaire et d'aides familiales, a consacré une large part de son activité à des tests d'articles ménagers.

Pour la France, je signalerai en premier lieu l'Union Féminine Civique et Sociale (association fondée en 1925 et reconnue d'utilité : publique) qui, dès avant la guerre, s'intéressait à une union des acheteuses dont le but était d'obtenir l'amélioration des conditions matérielles dans les magasins tant au profit des clientes que des vendeuses. Depuis la fin des hostilités, et surtout depuis 1953, l'Union se préoccupe de perfectionner le mode d'utilisation du revenu familial, particulièrement en ce qui concerne les achats de nourriture. Son activité porte sur l'éducation, l'in-[p. 180] formation et la promotion (ses actions s'exerçant là où la Ligue est présente, c'est-à-dire surtout au nord de la Loire, à Lyon et dans le Sud-Est).

L'Union a organisé des journées dites de « bonne acheteuse » à caractère éducatif. Elle s'efforce de vulgariser des notions de diététique et assure la tenue de « journées économiques » (informations sur le système de distribution, les principaux problèmes de l'économie, etc.). Elle intervient auprès des préfectures, municipalités, comités d'aménagement du territoire, pour faire connaître les besoins et désirs des familles quant à l'approvisionnement, l'affichage, la qualité, l'hygiène, les prix des produits. S'intéressant beaucoup à la préparation des candidates pour les élections municipales, l'Union fait entrer les problèmes de la consommation dans ses cours de formation.

Deux autres organisations féminines se sont également intéressées aux problèmes de la Consommation : le Conseil National des Femmes Françaises qui, créé en 1901, fédère environ 35 associations et œuvres fondées par des femmes et pour des femmes ; la Fédération Nationale des Femmes dont l'objectif est de grouper des femmes indépendamment de toute appartenance politique ou confessionnelle, en vue de les associer à l'étude des questions d'intérêt général. La Fédération participe aux travaux de l'Union Fédérale de la Consommation, notamment en ce qui concerne l'information et l'éducation des acheteuses.

Comme dernier exemple d'organisme de défense implanté en milieu féminin, je citerai pour la Suisse, la Commission Romande des Consommatrices, fondée en mars 1959, qui groupe actuellement une soixantaine d'associations féminines ou familiales. La Commission a conduit plusieurs enquêtes auprès d'acheteuses en vue de déterminer les points sur lesquels une évolution ou un changement radical est souhaité (ainsi souhait assez fréquemment exprimé qu'il soit mis un terme aux systèmes de bons et de primes). Elle s'est intéressée à plusieurs problèmes techniques (datage de la fabrication des produits alimentaires conservés sous emballage) ou proprement commerciaux (heures d'ouverture des magasins). En ce qui concerne les analyses de produits, les opérations effectuées par la Commission restent encore au tout premier stade (les comparaisons partant des indications imprimées sur les emballages des produits).

La Commission obtient l'insertion de notices concernant ses travaux dans plusieurs journaux romands. En particulier : *Coopération* organe de l'Union des Coopératives de Consommation et *Femmes Suisses* organe de l'Alliance des Sociétés Féminines Suisses (qui fait régulièrement une place aux problèmes de la consommation).

[p. 181] Pour l'autre partie de la Suisse s'est constituée, à l'automne 1961, une organisation du même ordre dite Konsumentinnenform der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin. Cette dernière et la commission romande ont fondé (octobre 1962) un comité de coordination qui a pris le nom de Commission Suisse des Consommatrices (Schweizerisches Konsumentinnenforum). Le nouvel organisme est chargé de représenter l'ensemble des consommatrices suisses vis-à-vis des autorités et des mouvements similaires de l'étranger (chacune des deux branches, régionales conservant à sa charge le travail d'information des acheteuses). Trois requêtes ont été immédiatement présentées : l'une déjà transmise par la Commission Romande et qui concerne l'étiquetage des denrées alimentaires (indication d'une date de la fabrication, de l'emploi éventuel d'un colorant et surtout de la composition du produit) ; la seconde demandant, à la suite de Fruit-Union la classification obligatoire de tous les fruits offerts sur le marché en premier, deuxième et troisième choix ; la troisième appuyant un postulat présenté au Conseil des États durant la session d'été de 1962 au sujet de l'étiquetage des produits textiles suisses ou importés, confectionnés ou non. Ce texte, signé par 38 députés, demandait au Conseil Fédéral de prendre une ordonnance obligeant les producteurs à faire connaître les matières premières entrant dans la composition de chaque produit ¹.

La variété même des exemples cités montre que les associations féminines, dont l'action se conjugue en plusieurs cas avec celles des groupements familiaux, entendent désormais participer à la défense des consommateurs. Compte tenu de la part considérable du revenu national dont les femmes assurent l'emploi, ce sont là des tendances dont on ne peut que souhaiter l'élargissement et, disons-le aussi le durcissement.

*
* * *

En dehors de ces trois grands centres d'impulsion, bien d'autres influences se sont manifestées au profit de la consommation et eu faveur d'un regroupement des acheteurs. Ces démarches ont souvent eu pour effet de stimuler l'action gouvernementale ou de susciter la formation d'organismes agissant au bénéfice des consommateurs. Voici quelques exemples de telles attitudes.

¹ Selon A. Schmitt « une acheteuse sur trois fait de mauvaises expériences dans le domaine des textiles », *Coopération*, 1^{er} février 1964.

Partons des milieux scientifiques. En de nombreuses occasions, ils ont appelé l'attention des autorités et du public sur la nécessité de renforcer la protection des consommateurs. Ainsi, dès 1951, l'Association for Scientific Workers de Grande-Bretagne soulignait-elle le besoin d'une organi-[p. 182] sation qui donne aux acheteurs une information impartiale sur la base d'essais comparatifs de marchandises ¹. On ne doit pas oublier non plus l'action d'organes ou de milieux médicaux qu'ils soient intervenus dans un cadre privé ou au sein de l'appareil gouvernemental. Entre tant d'autres, je mentionnerai une nette prise de position de l'Union des Vétérinaires Belges au sujet des additifs en alimentation animale (l'Union déplorant que la législation soit si souvent « contournée » et que des substances de toute nature, y compris des substances hormonales soient administrées sans discrimination).

Autre moteur d'un genre différent : les services ou agences de productivité. Cette influence est claire pour le cas de la Belgique. La prise de conscience du problème dans l'esprit des grandes organisations féminines et familiales s'est cristallisée à l'occasion d'une mission aux Pays-Bas organisée par l'Office Belge pour l'Accroissement de la Productivité. À la suite de cette mission, fut constitué un groupe de travail de « défense des intérêts des consommateurs » qui présenta la suggestion de fonder un organe neutre regroupant les diverses tendances idéologiques avec le concours financier de l'Office et des pouvoirs publics. Cette suggestion n'ayant pas abouti — les deux partenaires de l'Office, syndicats et patrons, ne s'accordant pas sur l'urgence d'une telle création — les milieux intéressés procédèrent à la création des différents organismes déjà analysés. Observons qu'en France, le Commissariat Général à la Productivité apporta une contribution notable à l'institution de l'Union Fédérale de la Consommation.

De leur côté, les partis politiques — quelques-uns du moins — ne sont pas restés indifférents à ce type de problèmes. Ce fût le cas notamment pour le parti travailliste britannique qui, dès 1955, publiait sous la signature de l'une de ses représentantes aux Communes une brochure *The battle of Consumer* réclamant l'amélioration de la protection du consommateur et faisant plusieurs suggestions concrètes. Très vite, le parti conservateur devait le suivre sur cette voie (publication en 1956, par le Bow Group, d'un document *Advertising on trial* qui contenait des propositions d'inspiration analogue). Le résultat de cette attitude du parti alors majoritaire fut la création de la commission Molony sur lequel je reviendrai. Le parti libéral lui-même (spécialement la Women's Liberal Association et la National League of Young Liberals) s'est prononcé pour un renforcement de la protection du consommateur.

¹ Signalons aussi l'intérêt porté à ces problèmes par la Fédération Mondiale des Travailleurs Scientifiques. Voir divers ouvrages publiés sous son patronage : *Science et santé*, qui traite surtout des problèmes médicaux, et *L'alimentation et la Faim*.

Enfin, en de nombreux pays, les gouvernements agissant sous les influences que je viens de rappeler ont pris des initiatives de divers types en vue d'améliorer la situation des consommateurs et de mieux connaître leurs aspirations. L'État, jusqu'à protecteur traditionnel des secteurs production-distribution, marque désormais en plusieurs cas l'intention d'introduire la dimension « consommation » au titre de la politique économique et sociale — dimension habituellement confinée dans la réglementation sanitaire et alimentaire. Or cette tendance est désormais encouragée et intensifiée par l'activité de groupes d'intérêt des consommateurs, dont je voudrais présenter maintenant une esquisse typologique.

III. TYPOLOGIE DES GROUPES

[Retour à la table des matières](#)

Beaucoup des organismes que nous venons d'examiner, mais non pas tous certes, font appel à des clientèles spécialisées — l'adhésion étant donnée sur la base d'affinités partisans ou confessionnelles. Bien qu'en ce domaine les lignes de démarcation soient assez flexibles, j'examinerai dans cette section les organes de défense qui se fixent comme mission d'être les porte-parole et les protecteurs de l'univers entier des consommateurs. Il est très difficile d'en présenter une classification systématique, ces divers groupes tendant finalement, mais avec d'importantes différences de style, à assumer des fonctions analogues. La division que je vais utiliser repose sur une évaluation des conduites adoptées par ces groupes à l'égard des autres intérêts en présence. Tout en comportant un risque d'interprétation subjective, je la crois de nature à éclairer ce domaine mieux que les simples énumérations habituelles.

1. Unions de Consommateurs.

[Retour à la table des matières](#)

Le propre de ces associations est de se vouloir entièrement indépendantes, non seulement à l'égard des intérêts commerciaux, mais aussi des services gouvernementaux. Le meilleur témoignage de cette indépendance est la volonté d'assurer le financement des dépenses, uniquement par les cotisations des membres. Le procédé de travail favori mais non exclusif de ces groupes est la réalisation d'essais comparatifs de produits sans la permission ou la collaboration des fabricants. C'est en somme le groupe d'intérêt « consommateurs » à l'état pur.

Le plus ancien de ces groupements est la Consumers Research Inc. fondée aux États-Unis en 1928 par un petit nombre d'universitaires par-[p. 184] tant de l'idée que l'on rendrait un grand service au public en lui faisant connaître une appréciation

de la valeur d'usage des produits fondés sur des essais incontestables. Les débuts furent très modestes, l'activité de l'organisme reposant presque uniquement sur des concours bénévoles. Mais celui-ci ne se départit pas du principe que le seul mode de gestion lui garantissant une complète autonomie est de limiter ses ressources au produit de la vente des publications (les échantillons analysés étant toujours payés par l'association de ses propres deniers). Dès le début, la Consumers Research établit une autre norme sur le respect de laquelle tous les groupes de ce type sont intransigeants : l'interdiction d'utiliser les informations résultant des essais à des fins publicitaires ou commerciales. Aujourd'hui la Consumers Research, tout en ayant largement recours à des laboratoires extérieurs, possède ses propres services de recherche et d'essai : son bulletin mensuel atteint un tirage de l'ordre de 200 000.

Mais l'organisme américain le plus important est la Consumers Union fondée en 1936, et qui devait, dès le départ, jouir de la sympathie et de l'appui des syndicats (spécialement le Congress of Industrial Organizations). Si les débuts de ce groupe furent également modestes, la croissance a été très rapide (le nombre des acheteurs de publications passant d'un noyau initial de 3 000 à un total actuel de plus de 900 000 dont une très large majorité, soit 650 000, d'abonnés). Les dirigeants se tiennent en contacts aussi étroits que possible avec les adhérents, notamment par le moyen d'une enquête annuelle. Ils estiment que les informations fournies touchent approximativement 4 000 000 de personnes. D'après divers sondages, cette clientèle se recruterait principalement dans les classes aisées et cultivées, les milieux populaires n'étant que très peu touchés par cet effort (l'une des raisons de cette indifférence étant peut-être, sans oublier l'aridité des documents publiés, que l'organisme réserve ses essais aux produits qui ne sont pas susceptibles de s'altérer en cours de vente, ce qui exclut une large part des produits alimentaires qui constituent les achats de base des couches de consommateurs pauvres).

L'accomplissement de tests sur des produits de marque dans les conditions déjà dites (en particulier refus de travailler sur des échantillons livrés gratuitement par les fournisseurs) constitue l'un des aspects essentiels et certainement le principal mode d'intervention de la Consumers Union. Mais le groupe consacre aussi une part de son activité à la représentation des intérêts des consommateurs auprès des pouvoirs publics et dans les commissions officielles. Parmi les affaires dans les-[p. 185] quelles cet organisme a joué le plus grand rôle, on doit mentionner l'étude de la teneur des aliments en radio-éléments artificiels (publication dès mars 1959 de résultats d'analyses établissant l'importance du problème et, déplorant qu'il soit sous-estimé par les autorités officielles) : notons que celles-ci, malgré les critiques subies, ont donné au groupe les moyens de poursuivre ses recherches sur la contamination radioactive des aliments.

Après la guerre, et spécialement au cours de ces dernières années, des organismes d'inspiration analogue se sont implantés en plusieurs pays européens (les associations américaines, en particulier la Consumers Union ayant, en plusieurs

cas, donné une impulsion au mouvement). La plus brillante réussite est, sans conteste, celle de la Consumers Association de Grande-Bretagne qui, partie de presque rien en 1957 (publication du premier numéro de *Which* à 10 000 exemplaires, le 7 octobre) dispose actuellement de 350 000 membres affiliés et, selon ses estimations, touche un public de l'ordre de trois à quatre millions de personnes. Le public britannique a réservé un accueil très favorable à cette initiative qui, dans ses grandes lignes, s'est développée selon les techniques utilisées et les normes acceptées par les grandes associations américaines.

Les statuts de la Consumers Association lui permettent d'entreprendre toute activité au bénéfice du consommateur. Le Conseil a cependant choisi de se consacrer essentiellement à des essais comparatifs de produits et de services. Au début de 1958, l'Association adressa à ses 50 000 membres d'alors un questionnaire leur demandant d'indiquer les trois articles dont l'essai leur paraissait le plus souhaitable et c'est sur la base des réponses reçues que commença le travail de comparaison. Actuellement, l'organisme continue de se documenter par un échange de lettres et des enquêtes sur les articles qui intéressent ses membres. En plus de *Which* dont chaque livraison contient quatre ou cinq rapports d'essais comparés (des suppléments trimestriels apportant des tests comparatifs d'automobiles), l'Association édite plusieurs publications (dont un bimensuel sur les produits pharmaceutiques qui est une sorte de *Which* à l'intention des médecins)¹.

Soulignons enfin que la Consumers Association participe à diverses émissions de la B.B.C. (émission mensuelle de télévision dite *Choice* et émissions radiodiffusées hebdomadaires) : or ces émissions sont probablement uniques au monde du fait que, comme dans *Which*, les marques de produits sont mentionnées et les commentaires, favorables ou défavorables, librement reproduits.

[p. 186] L'audience obtenue par cette entreprise est certainement due, pour une bonne part, à la complète indépendance de l'organisme vis-à-vis des producteurs et des pouvoirs publics. Il a provoqué des inquiétudes chez les commerçants, des voix s'étant élevées parmi eux pour demander qui désormais allait protéger le secteur de la distribution. Cette crainte paraît encore bien excessive mais elle montre que le chemin choisi par les organisations d'essais comparatifs apporte aux consommateurs, sous réserve bien entendu que le travail de comparaison soit sérieusement fait, d'appréciables avantages. Le directeur de l'organisme Caspar Brook n'a pas tort d'interpréter le succès remporté comme un signe de la révolte des consommateurs.

L'activité de la Consumers Association a suscité d'autres initiatives et, en particulier, la formation d'un certain nombre de groupements locaux de

¹ Parmi les derniers travaux de l'association, signalons la publication d'un rapport sur les produits contraceptifs. La préparation de ce document a duré un an et demi et a coûté environ 8 500 livres. Selon ce texte, de nombreux Anglais paient beaucoup trop cher pour des produits *unreliable*.

consommateurs destinés à faire pression sur les entrepreneurs et commerçants du lieu. Il en existe désormais une trentaine qui réunissent plus de 4 000 membres et ont déjà obtenu des succès (ainsi le groupe d'Oxford qui, comptant 450 membres, a persuadé la chaîne Woolworth d'inscrire le poids sur les morceaux de fromage préemballés). Or ces groupements viennent de décider (mars 1963) de se rassembler en une Fédération dans le but de maintenir à un niveau élevé les normes de qualité et de service et de faire entendre en haut lieu la voix des consommateurs (le Consumer Council que vient de créer le gouvernement conservateur leur inspirant quelque méfiance dans la mesure où des sièges y ont été attribués à des hommes de la production).

Sur un plan différent, je citerai l'activité des Citizens Advice Bureaux qui existent dans chaque ville et sont qualifiés notamment pour recevoir les plaintes des citoyens (et notamment celles des acheteurs à l'égard des commerçants locaux). Actuellement, il leur est posé environ un million de questions par an sur les sujets les plus divers. L'action de ces bureaux, présentement au nombre de 428, est coordonnée par le National Council of Social Service qui vient de recevoir une subvention de 27 000 livres au titre de l'exercice 1963-64 en vue de développer l'action des bureaux au profit des consommateurs ¹.

L'une des dernières initiatives de la Consumers Association a été la création du Research Institute for Consumers Affairs qui doit faire porter ses investigations sur les activités de services (y compris celles des autorités publiques locales et nationales dont la tendance à se contenter de solutions routinières est bien connue). Cette démarche s'explique si l'on considère la place considérable qu'occupe désormais dans [p. 187] les budgets familiaux le paiement de services de tous ordres (y compris bien entendu les services médicaux).

La première étude de l'Institut a porté sur les agents immobiliers dont la crise du logement et la spéculation foncière ont favorisé le pullulement. Ses conclusions sont très sévères : pour l'acheteur, souligne ce rapport, le système fonctionne aussi mal que s'il avait été spécialement agencé en vue de lui procurer des ennuis ou des inconvénients. Au total, il est parfaitement possible d'acheter une maison dans des conditions satisfaisantes sans passer par l'intermédiaire de l'un de ces agents.

Certains critiquent en Grande-Bretagne ce qu'ils appellent le *consumerism* et dans lequel ils voient un culte dont les affiliés montreraient la ferveur de disciples et les leaders la passion des prophètes. C'est traiter bien légèrement une question grave et faire le jeu de tous ceux qui profitent de l'innocence et de l'inexpérience des consommateurs. En tout cas, bien que de façon moins spectaculaire, la technique

¹ Cette action est d'autant plus importante que la Common Law ne semble pas pleinement adaptée à la défense des consommateurs dans une société moderne. Voir à cet égard BORRIE (G.), et DIAMOND (A.), *The consumer society and the law*, Londres, 1963.

des essais comparatifs s'implante en de nombreux pays (rappel des indications déjà données pour l'OR.GE.CO).

C'est ainsi qu'il existe en Belgique une Association des Consommateurs (fondée en novembre 1957 sous le titre d'Union Belge des Consommateurs) qui, possédant environ 10 000 membres, se consacre principalement à la réalisation d'analyses comparatives de produits et à la publication des résultats de celles-ci dans la revue *Test-Achats*. L'Association qui se dit « indifférente » aux tendances politiques est exclusivement alimentée par les cotisations de ses membres. Selon les déclarations de son directeur, l'Association a dû faire face à plusieurs tentatives de sabotage de ses efforts mais on ne lui a pas livré de procès¹. Pour les Pays-Bas, je signalerai la Ligue des Consommateurs (Nederlandse Consumentenbond) qui, soit, directement, soit par l'intermédiaire de personnes morales affiliées (syndicats ou associations de fonctionnaires, instituteurs, retraités...) touche environ 150 000 personnes : fondée en 1953, la Ligue éprouvait des difficultés de recrutement, mais son public a grandi à partir de la réalisation des essais de produits (1958-59).

Parmi les autres associations de consommateurs qui se livrent à des tests comparatifs, on peut mentionner celles d'Australie et de Nouvelle-Zélande. Récemment a été constituée (septembre 1961), sur l'impulsion du Centre japonais de productivité, une Association des Consommateurs japonais qui doit, en particulier, être dotée d'un laboratoire d'essais de produits.

Pour quiconque a suivi le mouvement des consommateurs au cours [p. 188] des dernières années, il est clair que, de manière plus ou moins extensive, le procédé des essais comparatifs tend à s'implanter dans tous les pays économiquement développés. Il faudrait désormais que les résultats de ces expériences touchent réellement les milieux à revenus modestes, ce qui ne semble pas encore être le cas. Nous retrouverons le problème.

2. Conseils de ménagères.

[Retour à la table des matières](#)

À quelques égards, ces conseils ressemblent aux associations qui viennent d'être étudiées, certains procédant désormais à des essais comparatifs de produits ou encourageant cette activité. Cependant, ils en diffèrent par plusieurs traits : leur champ d'activité est généralement beaucoup plus diversifié et ils entretiennent tant avec les services gouvernementaux qu'avec les producteurs, des contacts que les associations de consommateurs répugnent à prendre. Je crois pouvoir dire qu'il s'agit là d'une méthode différente et aussi d'un état d'esprit différent dans la défense des consommateurs.

¹ In *Pourquoi pas ?*, 9 novembre 1962, pp. 55-59.

L'un des mieux connus et des plus solides de ces organismes est le Conseil des Ménagères Danoises. Le Conseil, fondé en 1947, est un organisme apolitique, non subventionné par l'État, qui a pour but de représenter les intérêts des consommateurs dans l'ensemble du pays. Il est composé de 13 organisations représentant en tout près d'un demi-million de ménagères (population totale du Danemark : un peu plus de 4 millions), un effectif de cet ordre lui assurant une grande représentativité.

En dehors de la formulation de recommandations aux autorités publiques et de la représentation des intérêts des ménagères en de nombreux conseils ou comités, le Conseil s'intéresse particulièrement aux travaux de normalisation des produits et aux labels de qualité. À ce dernier titre, le Conseil a institué son propre système de labels et participe à divers systèmes de labels institués par des organisations professionnelles (institut d'essai des textiles, contrôle de la qualité de la teinturerie, contrôle des blanchisseries...). Il coopère avec l'Institut danois pour l'étiquetage d'information. Le Conseil ne possède pas de laboratoire en propre mais il s'efforce de créer des systèmes d'essais de biens de consommation pour servir de base à l'octroi de labels de qualité, à l'étiquetage et aux autres modes d'information des consommateurs.

[p. 189] Autre exemple : le Conseil Néerlandais des Ménagères. Fondé-en 1950, le Conseil rassemble seize organisations féminines comptant ensemble environ 380 000 membres, trois organismes de vulgarisation dans l'ordre de l'information ménagère et alimentaire, sept organismes spécialisés (dont la Fondation pour la promotion des habitudes d'hygiène) : il tire ses ressources de subventions publiques, de cotisations des membres et de recettes provenant de collaborations avec des tiers. Ses objectifs sont doubles : assurer l'information et l'éducation de la ménagère ainsi que du consommateur en général ; représenter et faire valoir les intérêts collectifs des consommateurs auprès des autorités, des services publics et des organisations économiques et sociales.

Parmi les sujets auxquels le Conseil s'intéresse le plus, on peut citer tout ce qui a trait à l'étiquetage des produits. Ainsi a-t-il réussi, en collaboration avec plusieurs groupements industriels, à obtenir la création d'une Association d'étiquetage des produits textiles pour le lavage et le repassage. Le Conseil a créé des groupes d'études pour de nombreux problèmes (principes fonctionnels du logement ; efficacité du budget familial ; plan d'équipement à crédit ;...). Autre mode d'intervention : l'examen de réclamations individuelles de ménagères, en nombre croissant — semble-t-il — qui touchent les produits de consommation. À cet égard (et ceci correspond à un style d'action bien différent de celui des unions de consommateurs) le Conseil s'efforce de créer, en accord et avec le concours des milieux économiques intéressés, des comités mixtes ayant compétence pour recevoir et examiner ces réclamations.

Je citerai encore un groupe : l'Association des Ménagères japonaises fondée en 1948 durant une période de grave pénurie, en vue d'obtenir une réglementation officielle des produits de consommation. Actuellement, les activités de l'association se déroulent sur trois plans : action de pression sur les autorités tendant au soutien des législations de protection des consommateurs et à la lutte contre tout projet de loi comportant des désavantages pour eux (démarches effectuées en commun avec les autres associations de consommateurs et les syndicats ouvriers) ; information et éducation des consommateurs (notamment organisation de centres de réclamation) ; réalisation de nombreux tests comparatifs dans le laboratoire que possède l'association.

[p. 190]

3. Organismes de regroupement et de contact.

[Retour à la table des matières](#)

Ici encore, on va le voir, les différences avec les deux catégories précédentes tiennent plus à des nuances qu'à des oppositions de fond. Les organismes que j'analyse dans cette rubrique diffèrent des premiers par leur caractère fédéral et non pas unitaire : ce sont des groupes de groupes dont le plus souvent l'activité est plus large que celle des organismes voués aux tests comparatifs. Ils se différencient des seconds, eux aussi souvent de type fédéral, par l'accent donné à leur activité qui met en vedette le consommateur en général plus que la ménagère. Au surplus, ces organismes sont loin d'être uniformes comme vont l'établir les trois exemples retenus.

Le premier concerne l'Allemagne. Il s'agit de la Fédération des Unions de Consommateurs (Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände). La Fédération fondée en avril 1953 groupe une vingtaine d'unions de consommateurs totalisant environ 7 millions de membres. Poursuivant uniquement et directement des fins d'utilité publique, au sens de la législation allemande, la Fédération vit exclusivement des cotisations de ses membres et du produit de la vente de ses publications.

L'une de ses activités principales est d'assurer la représentation des intérêts des consommateurs dans l'économie allemande, ce qui la conduit à entretenir des relations régulières avec les ministères, les associations professionnelles et les organismes techniques compétents. Son action s'est manifestée en plusieurs occasions notamment lors de la discussion de la loi sur les cartels et surtout lors des débats relatifs à la nouvelle réglementation des additifs alimentaires (la Fédération s'attribuant le mérite de l'interdiction de principe faite aux producteurs d'employer des matières étrangères pour la conservation et la coloration des aliments). Dans l'ordre de la politique agricole, la Fédération s'est prononcée pour l'application de

mesures susceptibles de rendre l'agriculture plus compétitive et, partant, plus utile pour le consommateur allemand.

Parmi les activités originales de ce groupe figure la création dans la plupart des grandes villes de services-conseils (parfois appelés « centrales de consommateurs ») qui ont pour rôle de guider ceux-ci dans les cas délicats (ainsi lors d'un achat important) : ces centres sont également habilités à recevoir les réclamations. Enfin, de sa propre initiative, et, parfois, à la demande des entreprises productrices elles-mêmes, la Fédération effectue des essais de produits et fait procéder à des études [p. 191] techniques dans des laboratoires indépendants. Les résultats de ces essais, qui portent essentiellement sur des appareils et produits ménagers, sont publiés dans des guides d'achat qui, en moyenne, relèvent davantage de la formule « catalogue » que de la classification comparative.

Le deuxième exemple a trait aux Pays-Bas : c'est le Consumenten Contact Orgaan fondé en 1957 par la Centrale des Coopératives de Consommation néerlandaises, la Ligue des Consommateurs et les trois grandes centrales syndicales de travailleurs. Cet organisme représente donc environ 1 600 000 personnes, les frais étant couverts à concurrence d'un cinquième par chaque groupement membre. Il exerce deux grandes séries d'activité : éducation du consommateur en matière de qualité, ce qui le conduit notamment à la réalisation de tests d'usage (surtout dans l'ordre des biens de consommation durables) ; défense des intérêts du consommateur auprès des pouvoirs publics, des groupements professionnels et d'instances analogues. Les principaux secteurs d'intervention à l'égard de l'activité gouvernementale concernent la politique agricole, la réglementation de la vente à crédit et des prix imposés, le contrôle de la publicité, la vérification des poids et mesures et la lutte contre les trusts.

J'en arrive à l'Union Fédérale de la Consommation qui constitue le troisième des exemples retenus. Elle a été constituée en 1951 dans le prolongement d'études entreprises sous l'égide du Commissariat Général à la Productivité sur les problèmes « commerce-consommation-qualité ». Ces travaux avaient fait ressortir les inconvénients de l'absence d'un organisme capable d'exprimer et de mettre en œuvre les grandes lignes d'une doctrine relative à la consommation. Il s'agissait donc de créer entre les divers groupes qui s'intéressaient alors à ces problèmes, mais de manière isolée et partielle, une sorte de trait d'union ou de dénominateur commun. Tel fut le but que s'assigna l'Union qui constitue le foyer de rassemblement de plusieurs groupements (féminins, familiaux, syndicaux...) partageant la volonté d'aider les consommateurs à tenir leur rang dans la vie économique.

Afin de réaliser cet objectif, l'Union Fédérale a utilisé de nombreux moyens parmi lesquels la conduite d'enquêtes (sur l'emballage et le conditionnement des produits, les pourboires...), l'établissement et la publication d'études sur les produits (importante série de notes documentaires), l'édition de brochures « Savoir acheter »... Au cours de ces dernières années, l'Union a également entrepris la

réalisation d'essais comparatifs dont elle publie les résultats dans une revue spéciale, *Que [p. 192] choisir ?* (un accord ayant été passé entre elle et l'OR.GE.CO. prévoyant la libre reproduction par chacune du matériel publié par l'autre).

Autre préoccupation constante de l'Union : améliorer la transparence de l'économie, en fournissant aux consommateurs une information radiodiffusée et télévisée sur les ressources du marché et la tendance des prix. Dans le même esprit, l'Union a engagé ou appuyé des initiatives en vue de provoquer l'intervention active des consommateurs dans le jeu des échanges (notamment au titre des comités de liaison production-commerce-consommation).

Cependant l'ambition la plus large de l'Union est que le point de vue des consommateurs — tel que peuvent l'exprimer les représentants qualifiés des divers groupes qui participent à ses activités ou collaborent avec elle -puisse se faire entendre dans toutes les circonstances où les intérêts du secteur consommation sont en cause et fasse l'objet d'une attention suffisante de la part des autorités lors de l'élaboration des décisions économiques. À ce titre, l'Union revendique l'octroi aux consommateurs d'une juste place dans les conseils de l'économie nationale et les organes qui en dépendent.

4. Conseils fondés par les autorités publiques.

[Retour à la table des matières](#)

C'est une formule qui, en apparence, se situe à l'opposé de celle des unions de consommateurs. Fort peu utilisée dans l'ensemble, elle a valu, en quelques pays, des avantages certains aux consommateurs. Le cas le mieux connu à cet égard est celui de la Norvège où, sans oublier la création en 1956 d'un ministère pour les questions relatives à la famille et aux consommateurs, l'État a institué en 1953 un Conseil des Consommateurs dont voici la structure et le mode de fonctionnement.

Le Conseil se compose d'un président et de sept membres nommés par la Couronne sur la base de recommandations faites par les unions féminines, les coopératives de consommation et les syndicats ouvriers. Il est financé à concurrence de 95% par le Trésor public mais ses membres disposent d'une grande indépendance pour l'accomplissement de leurs tâches, le gouvernement se bornant à vérifier l'observation des dispositions statutaires dans l'exécution du travail et à contrôler la tenue des comptes. En somme, la surveillance porte sur la forme et non sur le fond. Il est évident que l'octroi d'une telle autonomie, qui évite aux membres du Conseil les répercussions éventuelles des pressions subies par les autorités elles-mêmes, est la clé du problème.

Le Conseil a pour mission essentielle de sauvegarder les intérêts [p. 193] des consommateurs et ses avis, comme ses rapports, exposent le point de vue de ceux-ci (des solutions de compromis devant être trouvées lorsque l'intérêt des

consommateurs entre en conflit avec d'autres intérêts dûment fondés). L'une de ses premières réalisations a été la création, en décembre 1954, d'un Institut pour l'étiquetage d'information et les certificats de qualité, qui se compose de 24 membres représentant les consommateurs, les industriels et les bureaux d'études. Mais, désormais, l'une de ses activités principales est la réalisation d'essais de biens de consommation, le Conseil qui n'a pas de laboratoire faisant appel aux services de laboratoires indépendants. Les produits à examiner sont achetés sur le marché : toutefois — et c'est une différence notable avec la pratique des unions de consommateurs — le secrétariat, avant de rédiger le rapport donnant les résultats des essais pour chaque marque, communique les analyses pour commentaires aux producteurs et importateurs. En règle générale, les rapports du secrétariat font l'objet de publications dans un bulletin périodique à l'intention des consommateurs.

Le Conseil tient le public au courant de ses activités par le truchement de la presse et de la radio ou au moyen de conférences et de cours d'instruction. Il étudie les plaintes formulées par les consommateurs au sujet de leurs achats et, dans la mesure où la réclamation se justifie au regard de la loi sur le commerce des produits, le secrétariat s'efforce de susciter un règlement amiable entre le vendeur et l'acheteur. Pour améliorer ce système, des bureaux ont été ouverts à Oslo et dans diverses villes, en vue de fournir des indications aux consommateurs avant l'achat et d'instruire leurs plaintes.

De l'exemple norvégien je rapprocherai, mais en soulignant qu'il s'agit d'un organe d'inspiration différente, le Conseil des Consommateurs de Suède fondé en janvier 1957. Il se compose d'un président et de 14 membres nommés pour deux ans par le conseil du Roi ; sept représentent les intérêts des consommateurs et des salariés, trois au moins ceux de l'industrie et du commerce, les autres étant choisis parmi les experts scientifiques et autres spécialistes.

Le Conseil qui est financé par l'État a pour objet de surveiller les activités dans le domaine des essais comparatifs et de l'information des consommateurs, d'encourager la coopération entre les divers secteurs intéressés par ces problèmes, d'apporter son soutien aux projets susceptibles d'améliorer la situation et de mettre lui-même au point de tels projets. Il lui revient également de soumettre aux pouvoirs publics toute suggestion résultant de ses travaux ou inspirés par eux.

[p. 194] Le Conseil est chargé de répartir les subventions entre les projets dont la réalisation lui paraît souhaitable. Voici quelques-uns des projets déjà financés par le Conseil : étude statistique et sociologique du travail ménager ; enquête sur les installations d'éclairage domestique ; étude des conditions de stockage des produits par les détaillants ; recherches orthopédiques ayant pour but la production de chaussures d'une meilleure durée d'usage...

Par suite de la présence de représentants des producteurs-distributeurs, le Conseil Suédois, comme le montre d'ailleurs l'orientation de ses travaux, ne peut

être tenu pour un pur organe de consommateurs. La même remarque s'applique au nouveau Consumer Council de Grande-Bretagne institué en 1963, sur la base des recommandations du rapport Molony et qui doit comporter une dizaine de membres. Les activités fixées au Conseil sont les suivantes -s'informer des problèmes concernant le consommateur ; examiner, après consultation des groupes susceptibles d'en être affectés, les mesures propres à faciliter le règlement de tels problèmes ; fournir des avis et conseils aux consommateurs en particulier à travers le réseau des Citizens Advice Bureaux ou par l'intermédiaire d'autres organisations (telles que : National Council of Women ou Townswomen Guilds). Une somme de 60 000 livres a été affectée au Conseil pour l'exercice 1963-64, celui-ci devant continuer à bénéficier d'un financement public proportionné aux charges entraînées par son activité.

Plusieurs types de démarches ont été expressément exclus de la compétence du Conseil : la préparation ou la publication des résultats d'essais comparatifs, la prise en charge de réclamations faites par des consommateurs, l'exercice d'actions judiciaires en vue d'obtenir l'application de la loi. Selon les déclarations officielles, ces exclusions, qui correspondent aux suggestions du rapport Molony, ont pour objectif de faire du Conseil un arbitre pleinement indépendant des intérêts des consommateurs.

On peut toutefois se demander si les premières nominations faites, et dont la responsabilité incombe au Board of Trade, sont de nature à donner au Conseil l'impulsion souhaitée par les consommateurs. On y relève en effet, à côté de quelques membres liés aux organisations de consommateurs, la présence de plusieurs personnes exerçant des fonctions dans le secteur de la distribution commerciale. L'affirmation que les membres ont été choisis en fonction de leurs qualités personnelles et non comme représentant d'une organisation particulière ou d'un secteur d'intérêts relève d'une habileté tactique qui ne trompe [p. 195] plus beaucoup de monde. Il semble que le Board of Trade ait éprouvé quelques difficultés à constituer le Conseil, certaines des personnalités pressenties s'étant dérobées.

En réalité, beaucoup ont des doutes sur l'ampleur et la qualité des services que peut rendre un tel organisme. De nombreux commentateurs soulignent que le Conseil manque à la fois « des dents et de l'argent » qui lui seraient nécessaires pour remplir sa mission. Parlant à la Chambre des Communes, le leader du parti libéral a déclaré que le Conseil pourrait peut-être remplir les fonctions d'un « gros et amical Saint-Bernard » vis-à-vis des consommateurs lésés sans avoir pour autant la force de marquer de son empreinte les problèmes controversés. Des réserves ont été émises par les organisations de consommateurs qui s'inquiètent de la place faite aux producteurs.

La situation est bien différente, on le voit, en Norvège et en Grande-Bretagne (le cas de la Suède paraissant intermédiaire). En Norvège, le Conseil des

Consommateurs remplit, encore que de manière moins « agressive », les fonctions qu'assument en Grande-Bretagne des associations indépendantes de consommateurs. On peut dès lors se demander si le Conseil britannique n'est pas voué, de la sorte, au rôle d'un simple organe consultatif du gouvernement ou à la réalisation de recherches d'ordre un peu académique. En attendant les résultats de l'expérience, il semble préférable de ne pas entretenir trop d'illusions sur la portée éventuelle de son activité.

D'autres conseils formés à l'époque récente (Consumers Advisory Council aux États-Unis, Comité National de la Consommation en France...) ont un rôle principalement ou purement consultatif : dès lors ils constituent de simples voies d'accès des consommateurs aux centres de pouvoir et, de ce point de vue, je préfère en renvoyer l'étude au prochain titre.

5. Liaisons internationales.

[Retour à la table des matières](#)

Il faut citer ici le Bureau International des Unions de Consommateurs constitué à la Haye en avril 1960 par un groupe fondateur comportant cinq organismes : Consumers Union des États-Unis, Consumers Association de Grande-Bretagne, Nederlandse Consumentenbond, Union Belge des Consommateurs et Australian Consumers Association. Le Bureau se propose en premier lieu de rassembler les organisations indépendantes de consommateurs qui se livrent à des essais comparatifs et en publient les résultats. Il a cependant accepté comme membres [p. 196] dès lors qu'ils s'occupent activement des intérêts des consommateurs des organismes à vocation différentes comme le Conseil des Ménagères Néerlandaises ou la Fédération Allemande des Unions de Consommateurs : il a même admis le Conseil des Consommateurs de Suède à l'intérieur duquel s'exerce l'action des producteurs. Au titre de la France, on relève la présence de l'Union Fédérale de la Consommation qui, faisant désormais des essais comparatifs, répond à la condition initiale.

L'objectif de départ essentiel du Bureau est de former un centre d'échanges (*clearing house*) entre ses membres au titre des programmes, des méthodes d'essai, des résultats obtenus, des modes d'information du public. On espère ainsi obtenir une meilleure utilisation des moyens techniques disponibles en évitant les doubles emplois et en réalisant à frais communs certaines études que les groupes nationaux isolés n'auraient pas la faculté d'entreprendre. Parmi les tâches fixées, relevons : l'établissement d'une liste des laboratoires d'essai indépendants au sein des divers pays ainsi que, dans la mesure du possible, l'octroi d'une aide aux organisations qui défendent les intérêts des consommateurs. L'organisme a également créé un comité pour l'éducation et le bien-être des consommateurs.

*
* *

Le tableau des organisations à vocation générale que je viens d'esquisser est à plusieurs égards incomplet. C'est ainsi qu'il ne met peut-être pas suffisamment en valeur l'universalité du phénomène au moins dans le cadre des pays développés : il existe aussi des groupements de cet ordre en Autriche, en Islande, en Irlande, en Israël... Des efforts qui se heurtent à bien des difficultés sont accomplis en Espagne pour implanter une association de ce type (Union Española de Consumadores). En bref, partout, avec ou sans l'aide des pouvoirs publics, les consommateurs tentent de s'organiser, le mobile le plus profond de ce rassemblement étant d'éviter la mise en condition du troupeau des acheteurs par les techniques d'un psycho-contrôle ainsi que leur asservissement par des annonceurs partant à l'assaut du client (« La vente commence quand celui-ci dit non ») en se fondant sur « la stratégie du désir ».

De la même manière, les organismes déjà évoqués ne représentent pas la totalité des institutions ou groupes qui se vouent à la protection des consommateurs. Il nous reste encore bien des efforts à mentionner avant d'y voir un peu plus clair en la matière. Admettons d'ailleurs que [p. 197] dans les pays de niveau économique élevé, il est difficile d'établir une liste exhaustive des groupements qui se consacrent à cette tâche.

Un point en tout cas se dégage des exemples retenus : la diversité des formes sous lesquelles se réalise d'un pays à l'autre la défense des consommateurs (comparer par exemple le Conseil des Ménagères Danoises et la Consumers Association de Grande-Bretagne). En deux pays comme l'Allemagne et les États-Unis où les formules capitalistes ne sont pas mises en cause, le comportement des associations de consommateurs est loin d'être analogue (les Américains témoignant de plus d'audace à l'égard des marques nationales que les Allemands qui, réserve faite d'initiatives individuelles, semblent encore un peu écrasés par le prestige de la qualité allemande). Il faut compter avec les traditions, les tempéraments nationaux, les structures politiques, etc. ... On voit ainsi se dessiner des styles d'action propres à un pays ou à un ensemble de pays (ainsi, malgré diverses variantes d'un cas à l'autre, un certain style scandinave).

Pour l'instant, on ne peut présenter à ce propos que des esquisses littéraires et il est somme toute possible que certains rapprochements entre les pays s'ébauchent ultérieurement (diffusion généralisée de tests comparatifs). Une fois de plus nous observons que la structure et le mode de fonctionnement des groupes d'intérêts quels qu'ils soient restent inséparables des structures sociales d'accueil et d'accompagnement.

[p. 198]

CHAPITRE VII

GROUPEMENTS À VOCATION SPÉCIALISÉE

[Retour à la table des matières](#)

ILS SONT très nombreux et, du moins à ma connaissance, aucun recensement systématique n'en a jamais été effectué. Une telle entreprise dépassant manifestement les forces d'un chercheur isolé, je me contenterai de présenter un échantillon que j'espère suffisamment représentatif et d'ouvrir des pistes pour de futures enquêtes. Malgré ses lacunes, cette première ébauche présente l'avantage d'analyser comme des pièces d'un ensemble des formes d'action collective que l'on traite généralement de manière séparée. Or, cette absence d'unité, si elle affaiblit la valeur des exposés universitaires, exerce aussi des effets fâcheux au niveau de l'activité pratique. Seule une action de portée générale, qui ne soit indifférente à aucun des aspects de l'engagement humain, permettra aux hommes de vaincre les périls de la civilisation technicienne et les dangers sans cesse croissants du gaspillage tertiaire.

En principe — et sauf dans les cas où la séparation romprait l'unité d'un sujet, je traiterai ici des associations constituées *par* les consommateurs en renvoyant à un développement ultérieur l'examen des organes ou services fondés *pour* les consommateurs. Mais la division n'est simple que sur le papier comme le montre bien la difficulté de répartir les organisations de jeunesse entre les mouvements et les œuvres. L'élément d'incertitude tient au fait que souvent les secondes sont gérées par des membres des premiers ou avec leur concours. Le tableau comportera donc inévitablement des choix contestables.

[p. 199]

1. LOGEMENT

[Retour à la table des matières](#)

Compte tenu de la situation française, il est légitime de placer en tête ce poste du budget familial. Je prendrai le problème en un sens large incluant la location d'un appartement, l'accès à la propriété et l'amélioration de l'habitat. Au cours des dernières années la question a beaucoup évolué du fait de l'expansion des grands ensembles qui suggèrent ou imposent aux locataires de nouveaux modes de groupement ou de regroupement. C'est là certainement l'un des domaines dans lesquels l'action collective, qui reste très insuffisante, pourrait procurer à ses adeptes des bénéfices certains ¹.

Je partirai des organisations habituelles de locataires dont il existe plusieurs sortes : Confédération nationale des locataires et des usagers de l'eau, du gaz et de l'électricité qui remonte à l'Union confédérale des locataires fondée en 1916 pour lutter contre les expulsions et la hausse des loyers ; Union Centrale des locataires de France créée en 1926 et dont la Fédération autonome des locataires de la Seine est, de loin, l'élément le plus important ; Confédération Générale du Logement (C.G.L.) issue des bonnes volontés réunies autour de l'Abbé Pierre ; Fédération des locataires indépendants... Je voudrais dire quelques mots de la Confédération Générale du Logement qui s'est efforcée d'introduire dans ce secteur un nouveau style revendicatif.

Le mobile qui se situe à l'origine de la Confédération fut un mouvement de charité et d'entraide en même temps que de honte devant la situation des mal-logés et des sans-abri : d'où la création de comités d'aide aux sans logis constitués dans un but de dépannage immédiat (notamment par squattage) et qui furent rassemblés dans l'Aide aux sans logis de l'agglomération parisienne. À partir de là, l'action s'est infléchie en deux directions : passage de l'aide au profit des intéressés à l'action avec eux et par eux ; extension de l'activité à l'ensemble du problème du logement des personnes à revenus modestes, les principales catégories concernées (locataires, copropriétaires, candidats aux H.L.M.) étant groupés en fédérations avec la Confédération pour point de rencontre. Parmi les démarches de pression exercées par celle-ci, on peut mentionner la lutte pour l'interdiction des expulsions durant

¹ J'ai déjà abordé ce problème en collaboration avec A. LANCELOT in « Groupes de pression et politique du logement, Essai d'analyse monographique », *Revue Française de Science Politique*, 1958, n° 4, pp. 821-860. On trouvera une longue liste des organismes de tous ordres qui interviennent dans ce domaine in KAËS (R.), *Vivre dans les grands ensembles*, Paris 1963, pp. 318-323.

l'hiver et pour l'octroi de logements H.L.M. (dont on sait qu'une part échappe aux organismes constructeurs au bénéfice des autorités de tutelle, souvent à la suite de clauses incluses dans les contrats de financement) ¹.

[p. 200] Cependant, la Confédération a voulu dépasser le stade de la défense des intérêts particuliers si respectables soient-ils en constituant un véritable syndicalisme du logement. Ainsi a-t-elle été conduite à organiser la formation de « militants du logement » continuant certes à témoigner de dévouement mais faisant aussi preuve de compétence technique. Il semble que les milieux syndicalistes (surtout ceux de la C.F.T.C.) en aient fourni une bonne part. L'état d'esprit qui naît d'un tel choix, ou en résulte, conduit à souligner la véritable cause de la crise (le fonctionnement du régime capitaliste qui s'est révélé incapable de loger décemment les familles populaires) au lieu de s'appesantir sur les facteurs secondaires (blocage des loyers). Dans cette perspective, la Confédération est nécessairement amenée à l'engagement politique (rappel de ses efforts pour faire élire des militants aux élections municipales, notamment dans la banlieue de Paris) : il faut reconnaître que ces démarches lui ont valu bien des échecs.

La formule syndicale peut être entendue en plusieurs sens. Pour la C.G.L., l'engagement syndical implique un passage de la sauvegarde d'intérêts particuliers (groupe de pression) à une activité de promotion de l'homme tout entier qui se fonde, mais en la dépassant finalement sur la situation matérielle défendue. Or, si un groupe de pression ordinaire peut se passer d'une vue globale du destin social, une activité qui rapporte l'exploitation subie à ses éléments premiers postule une telle conception.

Il semble en tout cas que la formule du syndicalisme du logement prenne tout son sens dans le cadre des grands ensembles d'habitation dont R. Kaës distingue trois types : villes neuves, quartiers nouveaux ajoutés, quartiers rénovés et intégrés à un complexe urbain antérieur. Parmi les premières initiatives prises à ce titre, on peut citer l'œuvre de l'Union locale nantaise de la Confédération Générale du logement. L'Union constituée en avril 1962 regroupe l'Union des syndicats de locataires d'H.L.M., l'Union des usagers de l'accession à la propriété et des propriétaires occupant leur logement, ainsi que l'Association nantaise d'action pour le logement (mal-logés). Sa première préoccupation a été de définir les bases d'une action syndicale complète dans les grands ensembles, une importance particulière étant attribuée à la formation d'animateurs et de syndicalistes. Il s'agit d'obtenir une

¹ Les logements ainsi requis étant attribués à certains fonctionnaires, aux expropriés, à diverses catégories de prioritaires dont les rapatriés d'Algérie... Les Offices d'H.L.M. admettent que dans la majorité des cas ces attributions ne mettent pas en cause le caractère social de ces habitations. Leurs reproches s'adressent aux méthodes du gouvernement qui reprend ainsi, pour réaliser ses propres objectifs, une part des programmes établis au profit des besoins locaux. Au 1^{er} décembre 1963, le fichier central des mal-logés de la Seine comportait 164 000 familles comptant 597 000 personnes dont 236 000 enfants.

participation et un contrôle des familles à toutes les instances où s'élaborent les conditions de leur habitat : ce qui implique divers refus (le don paternaliste, la gestion technocratique) ¹.

L'une des idées de base de ce courant est que dans leur forme actuelle, les grands ensembles ne répondent pas aux besoins et ne permettent pas l'épanouissement des familles : d'où l'importance donnée aux installations collectives (sanitaires, sociales, commerciales et culturelles) sans lesquelles les habitants ont le sentiment d'être des déracinés. Il est indispensable de réaliser en même temps que les logements, l'optimum d'équipement collectif ². Le vœu des syndicalistes du logement est d'obtenir la consultation des organisations de locataires et des organisations familiales intéressées sur tous les projets concernant l'implantation d'un nouvel ensemble immobilier avant que les plans ne soient définitivement arrêtés. Bien entendu, ce syndicalisme ne saurait ignorer les problèmes du loyer demandé aux occupants, son action en ce domaine (ainsi demande de relèvement de l'allocation logement) devant être coordonnée avec celle des organisations ouvrières et familiales.

Il est à peine besoin de souligner la difficulté de trouver et de former les hommes dont la présence est nécessaire pour la réalisation d'un tel dessein qui diffère entièrement de l'action bornée à la satisfaction des besoins immédiats et visibles (problème de chauffage ou de séchoir par exemple). Il semble bien que c'est tout le système d'enseignement qui devrait être revu et adapté aux besoins de notre monde, l'expérience montrant qu'il existe une nette liaison entre l'animation et le niveau de la culture (la catégorie des cadres fournissant en proportion bien plus d'animateurs bénévoles que celle des ouvriers). En attendant, il faut se contenter de moyens imparfaits. L'Union locale nantaise tente de résoudre ce problème par l'institution d'une équipe permanente de formation dotée d'un budget autonome

¹ Pour la description de cette expérience, je suis KAËS (R.), *op. cit.*, pp. 294-303. Mentionnons les efforts actuellement entrepris (fin 1963) par les locataires du grand ensemble Sarcelles-Lochères pour obtenir de la Société Centrale Immobilière de la Caisse des Dépôts et Consignations un droit de regard sur la gestion. Il semble que la Caisse soit favorable à la participation des groupements ou amicales de locataires à certaines responsabilités de la gestion, la difficulté étant selon elle de définir les conditions et modalités d'un tel dialogue. Cette attitude prend une importance singulière si l'on observe que la Caisse est aujourd'hui le plus gros propriétaire immobilier de France (130 000 appartements construits en dix ans dont 120 000 destinés à la location).

² Le Ministère de la Construction distingue à cet égard cinq séries d'équipements : équipements d'infrastructure (voierie, parking...); équipements de service public (établissements scolaires, transports...); équipements d'action et d'animation sociale sanitaire et culturelle (centre social, dispensaire, club de jeunes, maisons de jeunes, maisons de la culture ...; équipement commercial; équipements immédiatement complémentaires du logement (petits locaux communs de toute nature...).

(l'une de ses tâches étant de provoquer des rencontres selon l'appel des habitants)¹.

On sait l'importance qu'ont pris dans la politique de la construction les organismes d'H.L.M. et spécialement les offices publics. Selon des déclarations récentes, les offices auraient construit depuis 1912 : 495 000 logements (145 000 autres ayant été mis en chantier)². Les divers organismes d'H.L.M. (offices publics, sociétés de crédit immobilier, sociétés coopératives...) au nombre de plus d'un millier, sont groupés en un petit nombre de Fédérations qui se rassemblent dans l'Union Nationale des Fédérations d'Organismes d'H.L.M. Sans insister ici sur les divers reproches que l'on adresse aujourd'hui à ces organismes qui ont tout de même obtenu de fort beaux résultats et pourraient constituer l'instrument d'une grande politique de logement des Français — une politique qu'il faudra bien un jour ou l'autre débarrasser de ses aspects mercantiles — ils représentent dans l'ensemble un mécanisme au service des consom-[p. 202] mateurs plutôt qu'un rassemblement de ceux-ci. Certes les locataires sont représentés dans les offices publics (notamment deux administrateurs locataires par conseil d'administration selon les règles posées par le Code de l'urbanisme) mais leur influence est loin d'y être décisive³. On peut en dire autant d'organismes constitués pour pallier les énormes lacunes de l'habitat. Ainsi, par exemple, l'Union des Foyers de jeunes Travailleurs qui s'efforce de mettre à la disposition des adolescents « en état de migration » (travail ou apprentissage) un équipement culturel (salles de travail, auditorium de musique, télé-club, terrain de jeux et de sport...) et si nécessaire un abri pour dormir. Le budget de l'Union (de l'ordre de 140 000 francs en 1963) est financé pour un quart par la participation des adhérents et pour les trois quarts par des subventions publiques. Selon cet organisme, le nombre de jeunes en état de migration dépasserait le chiffre de 200 000 tandis que les foyers, tous d'initiative privée (Catholique, protestante, laïque) ne disposeraient en tout que de 34 000 lits.

¹ Mentionnons à ce propos l'action de l'Association pour le Logement Familial qui gère dix-neuf centres sociaux de la région parisienne, ces organismes constituant non seulement des centres de service mais aussi des lieux de rencontre dont les activités socio-culturelles sont destinées aux adultes comme aux jeunes.

² Déclarations faites au *Monde* par le secrétaire général de l'Union des organismes d'H.L.M., 28 février 1953, p. 15.

³ Un décret du 19 décembre 1963 (publié au *J.O.* du 20) vient de réformer la composition des conseils d'administration des offices publics d'H.L.M. Ce texte ramène de vingt et un à douze le nombre des administrateurs par suppression des sièges attribués aux représentants de la population (locataires, syndicats ouvriers, organismes sociaux et familiaux). Le mobile du gouvernement est d'accroître l'efficacité de ces organismes par « dépolitisation » de leur gestion. Ainsi orienté, ce système risque d'instituer une tutelle du pouvoir central sur ces Offices, le mécanisme jouant au surplus au détriment des élus locaux. Cette réforme a en tout cas suscité de très vives et très nombreuses protestations. La Fédération Nationale des Offices Publics d'H.L.M. a décidé d'engager de concert avec les diverses catégories intéressées toutes actions susceptibles de provoquer l'abrogation de ce texte.

Sur un plan différent, je citerai l'activité de l'Association pour l'Hygiène et le Progrès Social dans l'Habitation (fondée en mars 1961 par une quinzaine d'associations industrielles travaillant dans le domaine de l'équipement sanitaire et de l'amélioration de l'habitat). Selon l'Association, le total des sommes affectées par le Budget de 1962 aux travaux de distribution d'eau dans les villes ne dépasserait pas le prix de 5 Caravelles. L'Association a entrepris sous l'égide de l'U.N.A.F. une enquête s'adressant à 50 000 élèves de centres d'enseignement ménager afin de déterminer les nouveaux équipements souhaités par les familles et les obstacles individuels qui s'opposent à leur réalisation.

Au cours des dernières années la formule de la co-propriété a connu une extension considérable. Certes les co-propriétaires d'un immeuble déterminé sont groupés dans la société (société civile immobilière ou anonyme ou coopérative) constituée au titre de la construction et de la gestion du dit immeuble mais il est encore peu fréquent qu'ils se rassemblent en un organisme plus large. Cependant des efforts sont actuellement accomplis pour provoquer ce regroupement (notamment Confédération Nationale de la Co-propriété).

De nombreux organismes à vocation plus large consacrent une partie de leur attention aux problèmes de l'habitat. C'est en particulier le cas des syndicats ouvriers (voir par exemple la récente revendication de la Fédération F.O., des Travaux Publics tendant à la création d'un service national et social du logement) et des groupements familiaux (notamment l'U.N.A.F. et la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales). Ainsi l'U.N.A.F., qui a créé en son sein un service du loge-[p. 203] ment, est-elle à l'origine de la création du Comité National pour l'Habitat Rural qui comporte une série de comités départementaux. L'Union a tenu en juin 1954 des journées d'études sur la famille comme utilisatrice du logement.

Il serait impossible de citer ici, tellement la liste en est longue, tous les organismes qui aujourd'hui portent intérêt aux problèmes de la construction et du logement (action pour les consommateurs). L'Académie des Sciences Morales et Politiques elle-même dont une commission a consacré douze séances à étudier les répercussions sociales de la politique du logement, a émis le vœu que les autorisations de construction des grands ensembles imposent l'établissement et l'achèvement avant occupation des équipements et des infrastructures indispensables (notamment moyens de communication ; services d'administration et de sécurité ; installations hospitalières, éducatives, sportives et culturelles) — position qui rencontre celle des militants de la C.G.L. De même, l'Académie souhaite une révision de la politique de construction qui rende aux Français la possibilité d'avoir une demeure de leur choix (ceux-ci marquant, selon les experts entendus, une préférence pour les maisons individuelles ou à petit nombre de logements). Il a été décidé que les vœux adoptés seraient transmis au Président de la République.

Un point me paraît important pour l'avenir : les recherches actuellement entreprises sur les problèmes de l'habitat. Les unes portent sur les aspects

sociologiques : Groupe d'Ethnologie Sociale du C.N.R.S. (P.-H. Chombart de Lauwe) ou encore Centre d'Information et d'Économie Humaine en Lorraine. D'autres concernent les aspects techniques : Centre Scientifique et Technique du Bâtiment, Centre d'Étude des Équipements Résidentiels, Bureau d'Études et de Réalisations Urbaines. L'Institut d'Urbanisme de l'Université de Paris s'intéresse à la fois aux aspects technique et esthétique. Plusieurs enquêtes et colloques ont été consacrés aux grands ensembles d'habitation.

Sans doute ces travaux ne sauraient faire oublier l'ampleur des défauts actuels et l'insuffisance patente des moyens accordés pour y porter remède. Mais au moins pourront-ils être utiles si l'on décide un jour de donner à l'aménagement urbain la place considérable qui, désormais, devrait être la sienne dans la politique de l'État et la distribution des fonds publics ¹.

[p. 204]

II. SANTÉ

[Retour à la table des matières](#)

Nous avons déjà observé l'importance que tiennent désormais les soins de santé dans la dépense nationale des pays modernes et noté les profondes inégalités qui s'établissent à ce titre entre les diverses couches sociales. Nous avons déjà examiné, chemin faisant, plusieurs des dangers qui menacent la santé (pollution atmosphérique, pesticides, fraudes alimentaires, médicaments dangereux...). Il faut maintenant étudier ces problèmes en se plaçant sous l'angle de la maladie et du malade, c'est-à-dire d'un consommateur de services et de biens destinés à préserver ou à restaurer sa santé. Bien des questions s'éclairent si, au lieu de les enfermer dans les dilemmes moraux traditionnels, on les soumet à une analyse de type socio-économique qui fasse apparaître le sens réel pour les hommes de ce complexe d'actes et d'interventions. À cet égard, le critère « protection du consommateur » apporte une pierre de touche de grande valeur.

J'ai déjà utilisé la formule qui définit la médecine comme un bien de consommation. L'acte médical, s'il comporte une coloration morale qu'aucune société ne saurait envisager d'éliminer, est aussi un acte économique. D'une part, il implique un échange de valeurs entre le médecin et le patient qui relève de la dialectique ordinaire production-consommation. De l'autre, en contribuant au

¹ Parmi les institutions fondées au profit des consommateurs en ce domaine, je mentionnerai la création, par la loi du 17 décembre 1960, d'une Bourse d'échange de logements. Cet établissement public national, qui fonctionne depuis octobre 1961, a pour objet de faciliter une meilleure utilisation des locaux, les enquêtes ayant montré que, tant dans les logements anciens que dans les logements neufs, il existe une proportion notable de locaux surpeuplés et une part plus grande encore de locaux insuffisamment occupés.

maintien et à l'amélioration de la santé publique, la profession médicale consolide le potentiel de travail de la nation et concourt directement à l'expansion du revenu national.

Sur cette base, il est légitime d'appliquer à la médecine la notion de productivité, celle-ci permettant de vérifier à l'aide de divers critères (prix et qualité du service rendu) le niveau d'adaptation de la production aux besoins de la consommation. Et, déjà utile au plan des rapports individuels cette notion augmente encore de valeur quand, dans un ensemble de professions en pleine évolution scientifico-technique, l'on cherche à définir les liaisons optimales entre les différentes branches, qu'il s'agisse de soins médicaux ou de services sociaux. L'un des avantages de cette clarification des rapports entre les diverses médecines serait certainement d'accroître l'efficacité de la profession médicale dans son ensemble (par exemple économie d'examen du malade faisant double emploi les uns avec les autres).

Il me paraît donc légitime, et d'ailleurs un nombre croissant de praticiens se prononcent en ce sens, d'utiliser l'expression de « consommation médicale ». Cette présentation n'aboutit nullement à mettre en cause le caractère humain de la médecine : technicien, celui-ci reste aussi un confident. Il s'agit, c'est un champ d'études presque neuf, d'analyser de manière plus précise les relations entre le médecin et le malade, de déterminer les légitimes aspirations de l'un et de l'autre, en bref d'établir une sociologie et une psycho-sociologie de la pratique médicale ¹.

En ce domaine, la protection des consommateurs dépend et dépendra toujours de l'intégrité morale et de la valeur technique des prestataires de service. Il ne semble pas que l'on puisse jamais, même à l'aide de ordinateurs, vérifier intégralement le bien fondé d'un diagnostic comme l'on peut tester la composition

¹ Voir à ce titre l'ouvrage de VALABREGA (J.-P.), *La relation thérapeutique Malade et Médecin*, Paris, 1962, ainsi que BALINT (M.), *Le médecin, son malade et la maladie*, Paris 1961, et VACHET (P.), *Vous et votre médecin*, Paris 1963. Consulter également, à titre de travaux pionniers, les esquisses sociologiques suivantes : SUSSER (M.W.), WATSON (W.), *Sociology in medicine*, Londres 1960, ainsi que SIMMONS (L.W.), WOLFF (H.-C.), *Social science in medicine*, New York, Russel Sage Foundation, 1954. On trouvera dans l'ouvrage de SARANO (J.), *Médecine et médecins*, Paris 1959, pp. 15-40, un intéressant chapitre sur « la société occidentale contemporaine grande consommatrice médicale ». Plusieurs enquêtes intéressantes ont été réalisées en France au cours des dernières années tant auprès des médecins que des usagers. Je mentionnerai entre autres : « Les Français et leur médecin », *Sondages*, 1960, n° 1 et 2, pp. 1-130 ; « Les médecins vous parlent de la médecine. Enquête et propositions », *Esprit*, février 1957, pp. 161-387 ; « La médecine et les médecins », *La Nouvelle Critique*, mai 1961, pp. 25-117 ; *Où va la médecine, Essai sur l'exercice médical*, Les essais de *La Nouvelle Critique*, 1962. Voir aussi l'article sur les médecins de PINCEMIN (J.) et LAUGIER (A.) dans le numéro de la *Revue Française de Science Politique* consacré aux intellectuels, 1959, n° 4, pp. 881-900. On trouvera de nombreuses données intéressantes sur la profession dans *Le Concours Médical* (voir en particulier les numéros des 20 mai, 21 octobre et 4 novembre 1961).

d'une boîte de conserves. En tout cas, ce contrôle n'entre pas dans les possibilités actuelles. Dans les rapports de tous ordres que suscitent la pratique médicale et l'emploi des médicaments, on se trouve relativement assez vite devant un seuil au-delà duquel la confiance accordée au responsable de la santé devient le facteur prépondérant. Mais, ceci admis, il reste possible d'introduire dans ces relations un important niveau de protection objective à l'étude duquel je voudrais consacrer ces pages.

Dans une large mesure, cette défense relève du type d'action « pour » les consommateurs. Cependant, on voit aussi se former et intervenir des associations formées de segments plus ou moins importants de ceux-ci en vue d'obtenir une amélioration de l'état de choses existant par leur action propre. Comme en beaucoup d'autres secteurs de l'économie mais avec bien plus d'hésitation et de timidité, le consommateur sort de sa passivité pour devenir l'agent de sa propre défense. Enfin, de plus en plus, les organisations de sécurité sociale jouent un rôle central de liaison et de développement.

En m'excusant de traiter schématiquement des problèmes qui mériteraient un ouvrage entier, je voudrais esquisser le sens et le contenu de ces trois séries d'intervention.

1. L'action des pouvoirs publics.

[Retour à la table des matières](#)

Je ne saurais envisager de décrire l'action engagée à ce titre par les pouvoirs publics ni même d'en mentionner les principaux chapitres. Mon seul objectif est, en partant de quelques notions élémentaires, de montrer l'unité, qu'elle soit déjà acquise ou reste à obtenir, qu'apporte à ce domaine le critère : « protection du consommateur » ¹.

La défense de la santé publique est d'abord de nature préventive et elle englobe des démarches aussi variées que la fourniture d'eau potable, [p. 206] l'évacuation des eaux et matières usées, la vérification de la salubrité des immeubles, la surveillance de la qualité des viandes, le contrôle sanitaire des écoliers, la lutte contre les fléaux sociaux (tuberculose, cancer, maladies vénériennes, alcoolisme...), etc. Au niveau gouvernemental, le rouage essentiel de cette lutte est le Ministère de la Santé Publique (devenu pour la première fois un département autonome en 1920 sous le titre de Ministère de l'Hygiène, de l'Assistance et de la Prévoyance Sociale) : mais beaucoup d'autres services (ainsi celui de la répression des fraudes) partagent

¹ Pour une vue générale voir l'ouvrage collectif publié sous la direction de P. LAROQUE, *Succès et faiblesses de l'effort social français*, Paris 1961, spécialement chapitre III. On trouvera une analyse détaillée in *Les institutions sociales de la France*, 2^e édition, Paris 1963, spécialement chapitre III.

avec lui cette responsabilité. Conformément à la pratique de l'« administration consultative », ce Ministère est aidé dans ses décisions par un certain nombre de conseils dont le plus important pour notre propos est le Conseil Supérieur d'Hygiène Publique. Le Ministère peut également s'appuyer sur l'avis des grandes compagnies savantes : tout particulièrement l'Académie de Médecine (qui vient une fois de plus de réclamer le renforcement de la réglementation de plusieurs produits alimentaires : ainsi les crèmes fraîches en raison du nombre des intoxications enregistrées) et en divers cas également l'Académie d'Agriculture.

Plusieurs organismes d'État, avec des moyens encore bien insuffisants, se consacrent à l'étude des propriétés des aliments et de la nutrition. L'Institut National d'Hygiène possède en particulier une unité de recherches de diététique et de nutrition humaine qui a commencé ses travaux à Marseille en 1942 par l'étude des répercussions de la sous-nutrition sur l'état de santé des populations : s'attachant à l'analyse des habitudes alimentaires et des facteurs qui les conditionnent, l'Institut a abouti à la formulation de rations-types. On lui doit divers ouvrages de vulgarisation. Plusieurs des laboratoires du C.N.R.S. se consacrent à l'étude de problèmes qui touchent directement la santé humaine (laboratoire de biochimie de la nutrition, laboratoire pour l'étude des carences vitaminiques...). L'Institut National de la Recherche Agronomique possède de nombreuses stations de recherches et laboratoires dont quelques-unes des investigations (contrôle microbiologique de la production laitière par exemple) se rapportent directement à la défense du consommateur. On peut enfin mentionner certains laboratoires universitaires (dans l'ordre de la physiologie, de la biochimie, de la toxicologie...) dont les travaux apportent des éléments de valeur à la connaissance des problèmes de la nutrition.

Un décret du 28 mai 1946 a institué auprès du C.N.R.S. un Centre National de Coordination des Études et Recherches sur la Nutrition et l'Alimentation. But du centre : établir une coordination dans la poursuite des, travaux de tous les organismes publics, de quelque autorité [p. 207] qu'ils relèvent, dont l'activité, soit par nature soit par orientation de ceux qui les dirigent ou en font partie, est consacré à l'étude des problèmes nutritionnels. Cependant, même si l'on tient compte des acquis antérieurs (parmi lesquels les études menées aux laboratoires de l'Inspection Générale des Subsistances Militaires avant 1939, ainsi que les travaux du Bureau central des recherches du Ministère du Ravitaillement durant l'occupation...) les résultats obtenus étaient et restent modestes par manque de moyens¹. C'est particulièrement le cas pour tout ce qui se rapporte à l'étude des facteurs toxiques et dès lors, sous réserve du blocage que peut effectuer le Conseil Supérieur de l'Hygiène Publique (grâce à l'adoption du principe des listes positives), la protection

¹ Je mentionnerai également l'œuvre poursuivie avec des moyens modestes par la Société Scientifique d'Hygiène Alimentaire fondée en 1904 dans le but d'effectuer des recherches scientifiques sur l'alimentation et de diffuser les règles essentielles d'une alimentation saine et équilibrée.

du consommateur dépend pour beaucoup de la conscience professionnelle des producteurs que malheureusement les impératifs de la lutte commerciale ne contribuent pas à renforcer.

On sait qu'au cours des dernières années, les autorités chargées d'élaborer la politique scientifique du pays se sont attachées, en particulier, à définir des secteurs d'actions prioritaires dont la mise en œuvre a été confiée au Fonds de Développement de la Recherche Scientifique et Technique. Or, parmi les dix premières actions concertées de recherche figure la nutrition animale et humaine. À ce titre, des crédits de l'ordre de 1 million de francs ont été attribués à un certain nombre de laboratoires en vue de développer la recherche appliquée dans le domaine alimentaire (spécialement au titre des effets physio-pathologiques entraînés par l'absorption des diverses catégories de boissons, des diverses sortes de graisse, des divers types de produits céréaliers). Mais si les résultats de cette action semblent devoir être bénéfiques que de domaines encore inexplorés faute de ressources — la question s'aggravant chaque jour en raison du progrès technique qui suscite l'apparition de substances nouvelles aux effets inconnus¹

Un autre aspect fondamental de l'action de l'État en faveur de la santé publique est la réglementation des professions médicales. En subordonnant l'entrée dans la profession à un certain nombre de conditions rigoureuses, les pouvoirs publics donnent une sorte de garantie au consommateur qui n'a pas les moyens de déterminer par lui-même la liste des hommes capables de pratiquer correctement l'art de guérir.

Ce régime vise en premier lieu les médecins et cela conformément à une vieille tradition (Napoléon ayant dès 1803 subordonné l'exercice de la profession d'« officier de santé » et de « médecin chirurgien » à la possession d'un diplôme au programme défini). Jusqu'à une date relativement récente (1935) la loi se bornait à poser le principe de l'obligation d'un [p. 208] diplôme sanctionnant la capacité professionnelle : depuis lors, elle a également subordonné l'exercice de cette profession à la possession de la nationalité française. Le 24 septembre 1945, après qu'une ébauche de cette organisation ait été réalisée en 1940, était créé l'Ordre des Médecins qui, selon les termes de la loi « veille au maintien des principes de moralité, de probité et de dévouement indispensables à l'exercice de la médecine et à l'observation, par tous ses membres, des devoirs professionnels, ainsi que des

¹ Ignorances que la publicité exploite avec beaucoup d'indécence comme le montrent les réclames, sans fondement scientifique, en faveur de produits ou de remèdes destinés à faire baisser les taux de cholestérol. L'American Medical Association vient de dénoncer avec vigueur ces pratiques (en particulier l'affirmation d'un rapport entre l'absorption de graisses animales et les accidents cardiaques). Cette publicité présente notamment le danger de suggérer qu'il est possible de faire tomber le taux de cholestérol par des remèdes-miracle et sans intervention médicale. Ceux qui croient de telles affirmations se préparent un rude réveil, déclare l'Association Américaine.

règles édictées par le Code de Déontologie » (dont la dernière formulation en date a été faite par le décret n° 55.1591 du 28 novembre 1955).

Le législateur s'est attaché dans le même esprit à la réglementation des autres professions de caractère sanitaire : ainsi celles de chirurgien-dentiste et de sage-femme qui bénéficient chacune d'une charte analogue à la charte médicale (code de déontologie, présence d'un ordre doté de pouvoirs disciplinaires). Cet effort concerne aussi les auxiliaires médicaux. Ainsi la loi du 8 avril 1946 n'autorise-t-elle l'exercice de la profession d'infirmier et d'infirmière qu'aux personnes munies du diplôme d'État. Une réglementation analogue régit, depuis la loi du 30 avril 1946, les professions de masseur-kinésithérapeute et de pédicure (la loi déterminant les actes qui entrent dans la compétence de chacune d'entre elles). Quant à la profession d'opticien-lunetier, il suffit d'un simple brevet professionnel.

Cette réglementation — et les exigences déontologiques qu'elle comporte — sont d'autant plus nécessaires que l'art de soigner et de guérir est aujourd'hui en plein bouleversement. N'évoque-t-on pas déjà l'intervention de ordinateurs dans la formulation du diagnostic ? Parmi les secteurs en pleine évolution, je signalerai celui des maladies mentales dont on connaît le redoutable développement dans les sociétés capitalistes industrialisées. Je dois mentionner à cet égard l'œuvre de la Fédération Mondiale pour la Santé Mentale créée à Londres le 19 août 1948, en vue de reprendre les activités du Comité International pour l'Hygiène Mentale (lui-même fondé en 1931)¹. L'Organisation Mondiale de la Santé (qui est une institution intergouvernementale) a créé en son sein une section de la santé mentale et organise de multiples groupes d'études ainsi qu'un très grand nombre de réunions d'experts.

Si l'on considère l'évolution du taux de morbidité en cette matière, la lutte contre ces maladies apparaît comme l'un des éléments fondamentaux d'une politique de la santé publique. Un professeur de médecine à l'Université d'Édimbourg a récemment déclaré que trois grandes menaces pesaient aujourd'hui sur la santé mentale : la crainte d'une annihilation de l'humanité par les armes nucléaires ; la peur de perdre son emploi ; le caractère malsain de l'existence dans les grandes villes et les difficultés de tous ordres qui en résultent pour les habitants (logement, transport, encombrement des écoles et universités). Je ne sais si ce diagnostic est entièrement correct mais en tout cas il manque de profondeur au sens où il n'essaie pas de rattacher ces facteurs à une cause plus fondamentale, c'est-à-dire le mauvais fonctionnement de nos sociétés.

¹ Pour une étude de la manière dont la Fédération considère ces problèmes, voir son étude *Prospective internationale de la santé mentale*, Paris, Presses universitaires, 1962. Voir aussi les études publiées sur ce thème dans *la Revue Internationale des Sciences Sociales*, 1959, n° 1, pp. 5-78 (« Aspects sociaux de la santé mentale »).

Récemment s'est constituée en France, sous l'égide de la Ligue Française d'Hygiène Mentale, l'Union Nationale des familles de malades mentaux, d'anciens malades et de leurs associations. L'Union souligne l'urgence de lever les tabous qui existent encore sur la maladie mentale (80 000 patients sortant chaque année des hôpitaux psychiatriques) : sur le plan pratique elle présente diverses revendications (dont l'extension à tous les malades mentaux, sans limite d'âge, de la sécurité sociale).

Parmi les problèmes les plus délicats que pose aujourd'hui le recours à la pratique médicale figure, en France au moins, le problème de ce que certains appellent le « planning familial » et d'autres, à juste titre, préfèrent dénommer la prévention des naissances. Sans examiner au fond cette délicate question ¹, il me semble qu'aucune société évoluée ne saurait à la longue s'en tenir sur ce point à des positions purement négatives. C'est, en tout cas, un problème à propos duquel le médecin ne peut pas rester neutre.

En plusieurs pays, l'industrie pharmaceutique met en vente des produits anticonceptionnels qu'il n'est pas très difficile de soustraire au contrôle douanier. Or les consommatrices de ces produits s'exposent sans le savoir à divers risques qu'un emploi plus judicieux permettrait d'éviter ou d'atténuer. Il serait très souhaitable qu'une législation neuve accorde à la profession médicale et aux pharmaciens d'officine la faculté de s'occuper ouvertement de cette consommation nouvelle.

On sait que depuis quelques temps le Mouvement Français pour le Planning Familial a ouvert plusieurs centres de consultations à l'activité desquels participe un certain nombre de médecins : il a de plus organisé des journées d'information à l'intention de médecins désireux de connaître les différents problèmes que pose ce type d'intervention.

Après l'action préventive et la réglementation des professions médicales, un troisième problème se pose aux autorités : l'approvisionnement du consommateur en remèdes qui répondent au but attendu ou espéré sans mettre en cause la santé. Deux séries de précautions sont généralement prises à cet effet : le contrôle des médicaments nouveaux dont j'ai déjà exposé l'économie et montré les difficultés ; la réglementation de [p. 210] la profession de pharmacien dont je voudrais dire quelques mots ².

La législation sur la pharmacie, telle que conçue en France, couvre la totalité du circuit économique allant de la préparation à la vente au détail des produits pharmaceutiques : sa caractéristique est de conférer aux Français détenteurs du diplôme de pharmacien le monopole de la totalité des opérations qui entrent dans

¹ Sur la question, voir SAUVY (A.), *La prévention des naissances*, Paris, 1962.

² Pour une vue générale de l'activité pharmaceutique, voir LAURENT (J.), *La pharmacie en France*, Étude de géographie humaine, Paris 1960 (thèse Lettres, Paris 1959).

ce circuit, fabrication comprise. De ce fait, la constitution des sociétés qui se livrent à la production des remèdes n'est pas libre, une partie ou la totalité — selon les formes de sociétés — des postes de gestion suprême (conseil d'administration, gérance...) devant être occupés par des pharmaciens ¹. Il existe au surplus un Ordre des Pharmaciens qui comprend quatre sections (officines ; fabricants de produits spécialisés ; droguistes et répartiteurs ; autres catégories). Nul ne peut exercer s'il n'est inscrit dans l'une des sections ².

Sous l'angle de cet ouvrage, il faut noter l'existence d'un Comité d'Éducation Sanitaire et Sociale de la Pharmacie Française dont le but est d'apprendre au public à utiliser correctement les remèdes et partant, à mieux se soigner. On y parvient par l'établissement de contacts directs entre la pharmacie et le client (cas des pharmaciens ruraux qui restent encore, à beaucoup d'égards, la doublure du médecin). Le Comité procède aussi par des campagnes d'affiches et la diffusion de fiches documentaires. C'est ainsi qu'il a lancé une campagne contre le cancer en liaison avec la Ligue Nationale de Lutte contre le Cancer (une affiche éditée à cette occasion indiquant les 7 à 8 signes qui doivent conduire les personnes qui les subissent à consulter leur médecin). Il y a là tout un effort pour diffuser quelques rudiments de culture médicale qui paraît susceptible de rendre des services.

La quatrième grande série de démarches protectrices de la santé publique est relative à l'aménagement et à la réglementation des centres d'hospitalisation. Ceux-ci sont de deux sortes : un secteur public soumis comme tel à la réglementation et pour lequel les autorités s'efforcent d'obtenir des soins de qualité en choisissant les meilleurs médecins (en principe recrutement selon la règle du concours) ; un secteur privé dont — réserve faite du système souple de coordination institué en décembre 1958 — l'organisation est assez libérale. La Sécurité Sociale joue d'ailleurs un rôle important à l'égard du secteur privé (qui représente un peu plus du quart de l'équipement total) dans la mesure où le quantum des frais remboursés aux assurés sociaux varie selon la nature de l'établissement fréquenté (les tarifs de

¹ Signalons qu'un décret du 13 septembre 1961 a remis en cause les règles traditionnelles pour les sociétés anonymes dont le capital est supérieur à 2 millions. Désormais le conseil de celles-ci peut ne comprendre que deux pharmaciens sans qu'il soit obligatoire que ceux-ci occupent les postes de président directeur général ou de directeur général adjoint. Ce décret a été l'objet d'un recours pour excès de pouvoir toujours pendant devant le Conseil d'État.

² Depuis quelques années le régime d'ouverture de nouvelles pharmacies d'officine a fait l'objet de critiques émanant en particulier de la Sécurité Sociale et de comités d'experts (Comité Rueff-Armand) : on reproche à ce régime, qui limite le nombre des pharmaciens en fonction de la population, son caractère malthusien. En pratique, le montant annuel des créations de pharmacie est très faible et, de ce fait, certaines cités nouvelles sont privées de pharmaciens. L'une des conséquences de cette situation est la montée considérable du prix des fonds, ce qui place les jeunes pharmaciens dans une situation difficile. Il paraît très désirable que cette réglementation fasse l'objet d'assouplissements.

responsabilité pour les cliniques simplement agréées étant inférieurs de 10 à 15% à ceux admis pour les cliniques conventionnées).

[p. 211] On n'ignore pas que même dans les domaines où il apparaît quantitativement suffisant¹, l'armement hospitalier de la France n'est pas, qualitativement, digne d'un pays évolué. L'augmentation rapide de la population urbaine comme aussi l'imprévoyance et la carence manifestée depuis vingt ans par les pouvoirs publics, malgré les efforts et avertissements des services, ont créé une situation grave dont pâtissent les consommateurs de soins particuliers. Les experts estiment que les sommes affectées à ce secteur au titre de IV^e Plan ne représentent que le tiers de celles qui seraient nécessaires pour rattraper ces retards et préparer, d'après les prévisions démographiques, le proche avenir.

Il existe encore en plusieurs milieux, spécialement en province, un préjugé très puissant contre l'hôpital public qui trouve principalement son origine dans la meilleure qualité de la réponse que le secteur hospitalier privé donne aux besoins affectifs du malade². À l'hôpital celui-ci se sent un « assisté » tandis qu'à la clinique on le traite en « client » — un client qui fait l'objet d'un accueil empressé et bénéficie d'attentions aussi bien que d'attention. Les couches aisées choisissent la clinique, les moins favorisés s'efforçant pour des raisons de standing de les imiter. Il en résulte un « écrémage » et un détournement de la clientèle qui augmentent les charges de l'établissement public.

En réalité, cette idée d'assistance est l'une de ces vieilles notions morales qui encombrant le domaine des rapports médicaux et hospitaliers. Pourtant, riches ou pauvres, les hommes, dès qu'il s'agit de la santé ont besoin des mêmes biens ou services de consommation. Et dès lors il serait souhaitable que, progressivement, les conditions de distribution des soins soient égalisées ou, si l'on préfère, uniformisées. À partir du moment où l'on ne se résigne pas à l'inégalité sociale, il est permis de se demander si la protection de la santé ou, si l'on veut, la défense du consommateur de soins et de remèdes ne devrait pas constituer le banc d'essai d'une lutte pour la réduction des énormes distances que l'argent institue entre les hommes (réalisation de l'hôpital « toutes classes »). Nous retrouverons cette idée.

Enfin, je mentionnerai l'important domaine du thermalisme et climatisme dans lequel intervient la Fédération Thermale et Climatique Française. Grâce à la Sécurité Sociale, la thérapeutique thermique a pris une extension considérable (le chiffre des

¹ Ce qui n'est pas le cas pour la Seine où l'on estime qu'il manque 12 000 lits pour malades chroniques et 10 000 pour malades aigus. En réalité, si la France possède, comparativement aux autres pays, une bonne situation quant au nombre de lits d'hôpital par habitant (un lit pour 70 habitants alors qu'aux États-Unis ou en Suède, on en compte seulement un pour 90 à 100), cet équipement est géographiquement mal réparti.

² Sur les règles administratives du « colloque malade-médecin », voir COMET (P.), *L'hôpital public*, Paris 1960, III^e partie.

cures prises en charge par l'institution qui a triplé en dix ans étant passé de 162 000 en 1957 à 210 000 en 1962). Cependant, l'infrastructure des stations qui, contrairement à d'autres pays, sont spécialisées selon les genres d'affection n'est que moyennement assurée — le thermalisme ayant été très négligé dans les [p. 212] quatre premiers plans de modernisation, on envisage de leur consacrer plus de ressources, au titre du cinquième.

La cure, thermale, en tant qu'elle implique consommation de services, pose aussi au malade comme à la Sécurité Sociale un problème de coût. Le système actuel met sur un pied d'égalité tous les assurés en ce qui concerne le remboursement des soins mais réserve celui des frais accessoires (ainsi transport) aux catégories, les plus, défavorisées. C'est incontestablement un pas dans ; la bonne direction. Enfin, le thermalisme comme toutes les activités liées à la santé pose un problème réglementation. Je mentionnerai à titre d'exemple la surveillances des conditions d'exploitation des eaux thermales dont le Laboratoire National de la Santé Publique est actuellement chargé d'établir un fichier national.

En récapitulant les quatre séries de démarches évoquées (action préventive ; réglementation des professions médicales ; surveillance de l'activité pharmaceutique ; aménagement de centres d'hospitalisation et de cure) on voit que la thèse, faisant de la médecine et de toutes ses annexes un bien de consommation dont l'État s'efforce de contrôler et d'améliorer la délivrance, apporte un principe d'interprétation cohérent. Il aurait été facile d'élargir la démonstration en choisissant d'autres interventions de la puissance publique : par exemple la recherche médicale. Celle-ci — c'est un trait manifeste de l'affaissement français entre les deux guerres (en 1958 guère plus ; de 250 chercheurs à plein temps et un budget maximum de 1 milliard d'anciens francs) avait été très négligée. Un décret du 30 décembre 1958 portant réforme de l'enseignement médical et développement de la recherche médicale, constitue une sérieuse tentative pour renverser le courant. Or cette recherche représente en somme un effort pour développer la qualité de la consommation médicale.

Au titre de la protection de la santé, la défense des consommateurs trouve indiscutablement son principe d'impulsion le plus actif dans les responsabilités assumées par la puissance publique. Les consommateurs en restent-ils pour autant à une attitude de passivité ?

2. Le rôle des groupements

[Retour à la table des matières](#)

À plusieurs égards, il ne le semble pas. Les grandes associations des consommateurs anglo-saxonnes suivent de près le problème des produits pharmaceutiques et après avoir examiné le cas des agents immobiliers, le Research, Institute for Consumers manifeste la volonté d'étu-[p. 213] dier les médecins en tant que fournisseurs de

services. Dans l'ensemble, les organisations de consommateurs sont de plus en plus attentives aux problèmes de la qualité alimentaire et aux risques que comporte l'industrialisation de la nourriture. D'un autre côté — mais c'est un point que j'ai pour l'instant omis de traiter — les associations de familles et de travailleurs suivent avec vigilance les questions du remboursement des frais médicaux et pharmaceutiques par les organismes de sécurité sociale. Tout ceci admis — et nous retrouverons plus tard le thème du paiement des services médicaux — il semble que les consommateurs ont tendance à se reposer sur les autorités du soin d'aménager tout ce secteur de la consommation dans un sens conforme à l'avantage collectif. Des exceptions se manifestent cependant dont je voudrais mentionner quelques exemples significatifs.

Je citerai d'abord l'Association Française pour la Recherche de l'Alimentation Normale. Fondée en 1952 par des médecins, l'Association est actuellement composée de personnalités scientifiques et médicales, de professionnels de l'alimentation et de consommateurs. Animé par des médecins, des pharmaciens, des agronomes et des vétérinaires, ce groupe manifeste l'intention d'associer de plus en plus à son activité les consommateurs ordinaires. Partant de l'idée que l'alimentation des hommes constitue un facteur essentiel de leur santé et de leur vitalité, l'Association effectue des enquêtes sur ce thème et s'efforce d'en vulgariser les résultats. Elle tente de consolider ses efforts en définissant pour chaque aliment de grande consommation des règles de production permettant d'obtenir un produit « normal », c'est-à-dire parfaitement adapté aux besoins physiologiques et gastronomiques des consommateurs. Par ailleurs, elle assure le contrôle des produits élaborés conformément à ces règles. Sans entrer dans le détail de la controverse, soulignons que ces vues ont fait l'objet de critiques de la part de divers spécialistes ¹.

Parmi les manifestations de l'AFRAN, je signalerai la tenue en novembre 1961 de journées d'études sur « l'aliment, le froid et la santé du consommateur » (organisées avec la participation de l'Institut International du Froid et de l'Association Française du Froid). Les débats ont fait ressortir l'urgence d'un effort particulier d'éducation et d'information des consommateurs en ce domaine (ainsi, nécessité de consommer les aliments traités sous froid aussitôt après la décongélation) : ils ont mis en lumière plusieurs impératifs au titre de la protection de la santé (notamment utiliser le froid précocement sur des produits en parfait état de fraîcheur et appliquer le froid sans interruption de la production à la consommation).

¹ Voir la brochure du docteur J.-W. BAS, *L'alimentation normale, nos raisons et nos buts*. Sur la conception d'« aliment normal », voir aussi in *L'Alimentation Normale*, n° 8 13-14, divers articles publiés sous le titre « Les données actuelles de la science confirment-elles la notion d'aliment-normal ? » Voir aussi le numéro spécial (1956), « Agriculture et médecine », qui analyse des expériences de rendement et de qualité dans sept entreprises agricoles.

[p. 214] J'emprunterai mon second exemple à la Belgique : il s'agit de la Ligue pour la Prévention du Cancer et la Défense de la Santé Publique contre la Pollution de l'Air et des Aliments. Ce groupe qui a été fondé en décembre 1955 s'efforce d'attirer dans ses rangs des représentants de tous les milieux sociaux et professionnels de Belgique. Comme son titre l'indique, la Ligue fait de la protection de la santé publique que menacent de très nombreux périls le mobile central de son activité ¹.

Le point de départ de cette activité est que, pour se révéler efficace, la lutte contre le cancer doit s'attaquer aux causes même du mal ou, ce qui revient au même, prendre une forme prophylactique. Seule une prophylaxie à long terme est susceptible de protéger l'homme du XX^e Siècle contre les atteintes de la civilisation technique moderne à son patrimoine génétique. Or, sur le plan pratique, la législation belge n'offre aux consommateurs qu'une protection illusoire (laissant en particulier selon la Ligue s'effectuer l'addition dans les aliments de plusieurs centaines de produits chimiques dont la presque totalité n'a pas fait l'objet de tests sérieux d'innocuité).

Le but majeur de la Ligue est donc la refonte totale de cette législation, ambition qui se heurte à la résistance d'intérêts économiques puissants. Après une longue phase d'inertie les autorités publiques belges ont pris conscience du problème et déposé deux projets de loi : l'un réformant la législation sur les denrées alimentaires, l'autre relatif à la lutte contre la pollution atmosphérique. Ce dernier pose le principe d'une habilitation de l'Exécutif à intervenir dans toutes les espèces de pollution atmosphérique et institue un corps spécialisé d'agents chargés de rechercher, constater et au besoin modifier d'office les situations abusives de pollution. Tout en soulignant les insuffisances de ces projets, la Ligue qui ne veut recevoir aucune subvention officielle, lutte pour leur adoption ². Autre forme d'intervention de la Ligue : la création d'une « marque d'innocuité » délivrée aux produits que des analyses de laboratoire montrent exempts de toute substance dont l'innocuité n'aurait pas été établie au préalable.

Les groupes analysés jusqu'à présent dans ce paragraphe sont davantage des organismes agissant pour les consommateurs que des associations de consommateurs proprement dites. La situation n'est pas exactement la même pour les groupements de malades et d'infirmités qui se sont constitués en assez grand nombre. En vue de donner une juste idée de ce domaine négligé, en France et ailleurs, par la recherche sociologique, je mentionnerai un petit nombre de groupes et essaierai ensuite de présenter quelques observations sur le sens et la portée de leurs activités.

¹ Dans le numéro 1 de *Voir Clair*, la Ligue a publié une lettre ouverte au Ministre de la Santé Publique résumant tous les risques côtoyés chaque jour par les consommateurs belges.

² Ces critiques sont exposées dans les numéros 20 et 21 de *Voir Clair*.

[p. 215]

*
* *

Je commencerai par l'Association des Paralysés de France fondée en 1932 sous forme d'amicale et reconnue d'utilité publique en 1945. Elle groupe deux séries de membres : des membres actifs, les paralysés, au nombre de 40 000 et des membres sympathisants recrutés parmi les bien-portants au nombre de 36 000. L'Association a implanté sur le territoire un réseau de solidarité au profit des paralysés dont elle estime que 100 000 restent encore isolés. Ce réseau comprend des délégations régionales et départementales, l'action de celles-ci reposant sur des correspondants locaux et des assistantes sociales.

Les tâches de l'Association sont multiples : assurer les traitements prescrits en vue de réduire au maximum l'infirmité physique ; organiser la scolarité des enfants en dépit d'une paralysie congénitale ou acquise ; permettre la rééducation motrice dans les trois centres créés à cet effet et l'acquisition de connaissances professionnelles dans quatre centres spécialisés ; trouver des emplois pour les paralysés (ce qui est le problème vital de ceux-ci) ; faciliter le logement et les déplacements des handicapés moteurs ; organiser les foyers et centres indispensables aux grands invalides... Il s'agit en somme de la création de tout un univers permettant aux infirmes de surmonter leur handicap et souvent aussi leur solitude morale.

Vis-à-vis des pouvoirs publics, l'Association lutte pour obtenir un statut qui permette aux paralysés de faire face à leurs problèmes. Ses efforts ont contribué au vote en 1949 de la loi Cordonnier qui institue un statut légal des paralysés associant à l'ancienne notion d'assistance celle, alors toute nouvelle, d'aide pour les soins médicaux, l'instruction, la remise au travail. Depuis lors, elle a combattu pour obtenir l'amélioration de ce statut : relèvement des pensions ; augmentation de l'aide à la tierce personne et de l'aide compensatrice de travail, mise en application de l'obligation d'emploi dans les divers secteurs de l'activité nationale des travailleurs handicapés ; attribution gratuite de la vignette automobile, relèvement des pensions d'invalidité de la sécurité sociale...

La Ligue pour l'adaptation du diminué physique fondée en 1929 et reconnue d'utilité publique en 1934 déclare avoir été la première des associations françaises à centrer ses efforts sur le reclassement des diminués physiques, ce terme englobant tous ceux qui, pour une raison de maladie ou d'infirmité sont handicapés devant le travail : tuberculeux, paralysés, amputés... Parmi les principales orientations d'activité de la Ligue, il faut mentionner : rééducation professionnelle dont l'objet [p. 216] est de faire apprendre en 15 à 18 mois aux infirmes et convalescents un métier relativement difficile qui les valorise (dessin industriel, électricité de mesure,

horlogerie industrielle...) ; rééducation fonctionnelle tendant à réduire l'infirmité et à permettre le retour à l'activité antérieure ; prise en charge des impotents définitifs (paraplégiques traumatiques ou par polio, amputés bilatéraux des membres inférieurs) qui, installés dans des centres spéciaux, arrivent à y gagner leur vie et à payer eux-mêmes leur pension hospitalière, etc. À la fin de 1962, la Ligue était parvenue à créer 26 établissements représentant 1 300 lits et 330 places d'externes.

La Ligue qui travaille en rapports étroits avec les pouvoirs publics et les organismes de sécurité sociale dispose de délégations départementales. Elle est la mieux qualifiée des organisations à vocation similaire pour s'occuper des cas les plus graves. Elle se préoccupe constamment d'améliorer les techniques de traitement et de rééducation : ainsi la création d'une prothèse électronique qui soit mise au service de l'handicapé physique ¹.

Sur de très nombreux points — ainsi pour tout ce qui touche au « travail protégé », les démarches de la Ligue auprès des autorités se conjuguent avec celles des autres organisations d'infirmités parmi lesquelles, en dehors de l'Association des Paralysés, je mentionnerai l'Union Générale des Aveugles et des Grands Infirmités — laquelle, fondée en 1937, groupe, selon ses déclarations, plusieurs dizaines de milliers de grands infirmités, invalides, malades chroniques, sourds, sourds-muets, déficients mentaux. Je mentionnerai aussi l'existence de l'Association nationale des polios de France et du Comité national de coordination des sociétés silencieuses.

Le mouvement Canne Blanche coiffe la Fédération des aveugles civils et l'Amitié des Aveugles de France. Cette dernière a été constituée en 1917 et reconnue d'utilité publique en 1921 ; la Fédération résulte d'une scission de l'Amitié due à la mésentente entre certains des fondateurs, mais en pratique, les deux groupements restent proches. L'Amitié dispose d'un foyer, d'un centre médical, d'une maison de vacances et d'un bureau de consultations juridiques. Par ailleurs elle intervient auprès des pouvoirs publics pour en obtenir des mesures favorables aux aveugles et une amélioration des prestations de sécurité sociale qui leur sont attribuées. Bien qu'il n'accorde pas tout ce qui serait souhaitable, le statut des aveugles civils paraît relativement complet et satisfaisant. Au plan du travail, il existe une Confédération Nationale des Travailleurs Aveugles qui compte notamment parmi ses membres l'Union des Artisans et Ouvriers Aveugles.

[p. 217] Je voudrais encore mentionner deux groupements de ce domaine. D'abord l'Association Française des Diabétiques fondée en 1938. Celle-ci qui fait partie de la Fédération Internationale du Diabète estime que le nombre de diabétiques ne cesse de s'accroître (il y aurait un million de Français atteint de cette affection), la responsabilité de cette situation incombant aux conditions modernes d'habitat et d'alimentation. L'association qui s'efforce d'améliorer la valeur des soins

¹ Voir l'article consacré à ce thème, par JENNY (G.) in *Les Cahiers de LADAPT*, n° 5, pp. 9-21.

donnés (notamment par un effort éducatif auprès des malades) a patronné, avec le Ministère de la Santé Publique, les syndicats médicaux et la Sécurité Sociale, la campagne de dépistage du diabète lancée en mai 1962 dans un petit nombre de départements. Instruite par l'expérience des années 40, elle demande que soit constitué un stock national d'insuline qui permettrait, dans tous les cas de faire face aux besoins pendant environ un an. Ce groupe qui s'adresse à la fois aux diabétiques et aux amis des diabétiques publie un « mémento du diabétique » en vue d'aider les malades à améliorer leur sort.

Je signalerai enfin la Fédération Nationale de Lutte Anti-Tuberculeuse et de Défense des Malades et Invalides qui, née il y a un quart de siècle dans les sanatoria, groupe exclusivement des malades et des anciens malades. Le but d'ensemble de la Fédération est d'obtenir une amélioration générale des conditions de vie des malades et, en particulier, des conditions d'hospitalisation qui leur sont faites. La Fédération attache aussi une grande importance à l'amélioration du sort des vieux. Elle réclame par exemple l'attribution à tous les malades invalides et infirmes d'une allocation minimum égale à 60% du S.M.I.G. et une stricte application de la loi sur le reclassement des travailleurs handicapés. Ses revendications à l'égard de la Sécurité Sociale qui sont nombreuses portent notamment sur la « restauration de la gestion démocratique » par abrogation des dispositions qui portent atteinte aux pouvoirs des administrateurs élus. En bref, la Fédération est et se présente d'ailleurs comme un mouvement essentiellement revendicatif.

Les cas examinés autorisent à présenter les observations suivantes :

1° La plupart de ces organismes relèvent à la fois de l'Association constituée par les intéressés et de l'œuvre réalisée pour eux, la part respective de ces deux tendances variant d'une situation à l'autre. Cette propension est bien illustrée par la dualité du recrutement — malades et amis des malades — que pratiquent plusieurs groupes (voir aussi le cas de l'Association Française d'Amis et Parents d'Épileptiques). La Fédération Nationale de lutte anti-tuberculeuse se veut un pur groupement [p. 218] de malades, déclarant être la seule dans laquelle ceux-ci élisent leur direction nationale. D'autres efforts, par contre, relèvent entièrement de la formule de l'œuvre (voir par exemple l'Association « Votre école chez vous » qui, depuis dix ans apporte au domicile des enfants malades et handicapés de Paris et de la Région parisienne l'enseignement élémentaire et secondaire qu'ils ne peuvent recevoir à l'école).

2° Résultant au départ d'initiatives privées, ce mouvement comporte inévitablement un certain nombre de gaspillages et de déperditions d'efforts, notamment par doubles emplois ou par l'effet d'une concurrence au titre du recrutement des membres. Dans quelques situations, on note une conjugaison des activités par réalisation de campagnes communes (ainsi la journée nationale des paralysés du 17 mars 1962 organisée par quatre groupements de handicapés

moteurs) ou par orientation de malades d'un organisme vers l'autre. Il existe aussi des regroupements de type institutionnel : ainsi la Fédération des Associations et Organismes de post-cure de rééducation fonctionnelle et professionnelle des diminués physiques (qui comprend environ vingt cinq groupes membres).

3° Il ne semble pas que les clivages habituels entre les hommes soient absents en ce domaine, tel de ces organismes logeant dans le 16^e, tel autre dans le 19^e. La Ligue pour l'adaptation du diminué physique est présentée comme d'inspiration très catholique cependant que la Fédération de lutte anti-tuberculeuse passe pour être liée idéologiquement à l'extrême gauche. Celle-ci se défend d'une telle imputation mais la lecture de son journal mensuel *Revivre* ne laisse pas beaucoup de doutes sur le sens de ses sympathies ¹.

4° Encore qu'ils aient plusieurs autres raisons d'être (voir par exemple les efforts de l'Amicale des standardistes aveugles pour obtenir le reclassement des « non-voyants » dans cette profession), ces organismes entrent, par de nombreux aspects de leur activité, dans la catégorie des groupes de pression. L'un de leurs plus grands succès fût l'adoption par le législateur de la notion de « travail protégé » (loi du 23 novembre 1957 et règlement d'administration publique paru au *J.O.* du 2 août 1962). Ce dispositif donne une consécration officielle à des initiatives prises au profit de ceux qui, par suite de leur âge ou de la gravité de leur déficience éprouvent de réelles difficultés, temporaires ou permanentes, pour travailler dans les mêmes conditions que les travailleurs valides. Cette législation permet de créer de nouvelles formes et de nouvelles conditions de travail dans des lieux de travail spécialisés dits « ateliers protégés » ou « centres de distribution de travail à domicile ». Il est prévu qu'après agrément, ces ateliers ou centres pourront bénéficier de subventions de l'État dans le cadre de conventions particulières. Mais la pression de ces groupes sur les autorités a porté, et compte tenu de la nature des intérêts protégés devait porter, sur de multiples objets dont l'augmentation des aides de toute nature est un aspect majeur.

¹ Ainsi l'éditorial du numéro de juillet 1962 qui définit les malades, les infirmes et les immobiles comme « les premières victimes de la force de frappe », cette dernière étant taxée de « folle entreprise » que suscite une politique de « fausse grandeur ». Le numéro d'août-septembre 1962 revient sur le problème en soulignant que les 500 milliards d'anciens francs pour la force de frappe représentent une fois et demie le total des allocations annuellement versées à 2 millions et demi de vieux. Le numéro de janvier-février 1963 signale que lors des élections à la Sécurité Sociale de décembre 1952, la C.G.T. a dans plusieurs départements fait une place sur ses listes à des candidats de la Fédération (celle-ci ayant déclaré dans les conseils donnés à ses membres à propos de ces élections que « le programme défendu par la C.G.T. présente pour nous F.N.L.A. le plus de garanties et d'analogies avec notre propre programme ») numéro d'octobre-novembre 1962 de *Revivre*.

5° Dès lors, l'activité de ces groupes — dont j'ai tenu à donner une idée générale parce que cette analyse n'a pas encore été faite — n'entre pas totalement dans le cadre de ce livre. Lui sont étrangers en principe tous les efforts relatifs à la formation du revenu qu'il s'agisse de prestations vieillesse ou de prestations familiales. Par contre, tout ce qui touche le compartiment des soins, des traitements, des cures, de la réadaptation fonctionnelle — comme aussi l'ensemble des efforts ayant trait à l'entretien direct, aux conditions de logement, aux loisirs et à l'environnement culturel des malades ou infirmes — concerne d'une manière ou d'une autre le propos de cet ouvrage. Dans la définition qui en a été utilisée en cette recherche, la consommation concerne non seulement les satisfactions acquises par emploi du revenu mais aussi celles accordées sans frais aux bénéficiaires que ce soit sur des fonds privés ou sur des dotations publiques. Il se trouve simplement que dans le cas des malades et des infirmes la part des secondes est parfois bien plus grande que celle des premières.

On peut concevoir que dans certaines situations le même résultat puisse être atteint par attribution d'un revenu (ou d'une aide) monétaire ou par distribution de biens et de services de consommation. Et dès lors, on pourrait dire qu'il s'agit de la même chose sous deux noms différents. Mais, surtout dans le cas qui nous occupe ici, c'est loin d'être toujours vrai, certains malades ou infirmes n'ayant même pas la faculté d'accomplir les démarches matérielles qu'impose l'emploi du revenu. De plus, il y a toujours une différence entre l'octroi d'un revenu monétaire que son bénéficiaire est libre d'utiliser comme il l'entend et la distribution gratuite de produits ou de services qui se situe directement pour le bénéficiaire au niveau de la consommation. Qu'il puisse être socialement préférable d'agir parfois au niveau de la consommation et non à celui de la formation du revenu semble peu contestable : on sait depuis longtemps que, dans certains cas, les enfants se porteraient mieux de l'attribution de nourriture à l'École que du versement d'allocations à leurs parents.

[p. 220] 6° Que l'effort de la collectivité au titre de cette consommation non payante soit satisfaisant ou, en termes plus modestes, suffisant, nul ayant étudié le problème ne saurait en convenir. L'État a trop souvent tendance à compter sur la bienfaisance privée pour assurer l'accomplissement de tâches qui pourtant correspondent aux responsabilités les plus élémentaires de la communauté. Récemment, le secrétaire général de la Fédération Nationale des Blessés du Poumon évoquait les « sanas-casernes » dont le climat « n'est pas celui qui convient à l'ensemble des malades »¹. Ce n'est qu'un cas, entre de multiples autres, de la froide indifférence de la collectivité à l'égard de tous ceux que la maladie ou l'infirmité éloignent des lieux habituels de travail et de divertissement.

¹ In *Le Monde*, 19 mars 1963, p. 10.

Ce manque d'élan de l'opinion, bien qu'il n'implique pas d'hostilité systématique des bien-portants vis-à-vis des catégories ou des causes défendues, complique la tâche des groupes qui agissent dans ce secteur, l'audience des autorités étant plus facile à obtenir par les hommes capables d'organiser des démonstrations et des manifestations que par ceux voués à l'immobilité et au silence. Il est vrai que certains organismes sont capables d'effectuer, au moins dans certaines limites, une action correctrice : ce qui me conduit au dernier volet de ce tableau sur la santé, la Sécurité Sociale.

3. L'intervention de la Sécurité Sociale.

[Retour à la table des matières](#)

Les caisses de sécurité sociale comme celles d'allocations familiales ayant un statut juridique de droit privé peuvent se grouper en unions ou fédérations dans le but de créer des œuvres ou services communs. Il en est résulté deux grands rassemblements : la Fédération Nationale des Organismes de Sécurité Sociale (F.N.O.S.S.) et l'Union Nationale des Caisses d'Allocations Familiales (U.N.C.A.F.), chacun de ces deux groupements étant sur le plan national l'interprète des caisses et donc des assurés sociaux ou allocataires dans leur ensemble auprès de l'autorité de tutelle et des groupes privés intéressés (ainsi groupements des syndicats médicaux). Je voudrais évoquer ici l'action de la Sécurité Sociale, et plus particulièrement de la Fédération dans le domaine de la protection de la santé ¹.

Bien qu'ayant choisi de renvoyer à un chapitre ultérieur le problème du paiement des actes médicaux par les consommateurs dans le cadre de la sécurité sociale pour concentrer l'exposé sur les aspects qualitatifs [p. 221] de la protection de la santé, il faut dire que les deux problèmes ne sont dissociables que par un artifice de présentation. Voici un aspect de ces relations : l'incidence des règles de remboursement de la sécurité sociale sur la profession médicale. Par le biais de la nomenclature des actes médicaux et de la fixation d'une hiérarchie, ces normes, dont pourtant le seul objet est le remboursement des honoraires, agissent sur la répartition de médecins entre omnipraticiens et spécialistes : les techniciens estiment même qu'elles sont susceptibles d'influer sur la répartition géographique du Corps médical ². Au surplus, dans le but d'éviter des dépenses abusives, les médecins conseils de la Sécurité Sociale contrôlent les appréciations portées par les médecins sur l'état de santé des malades et vérifient la légitimité des ordonnances prescrites.

¹ Voir à ce propos : Une « enquête sur 400 000 cas de maladie », *Notes et Documents* de la F.N.O.S.S., n° 8 (4^e trimestre 1962).

² *Succès et faiblesses de l'effort social français, op. cit.*, p. 75.

En somme, du seul fait des démarches qu'implique nécessairement la prise en charge finale des dépenses par une collectivité d'assurés, l'institution de la sécurité sociale modifie les conditions d'exercice de la médecine. Et la même remarque vaut à l'égard de l'industrie pharmaceutique (ainsi refus de rembourser des médicaments dont il existe l'équivalent sous une forme moins coûteuse) ¹.

Ce phénomène interviendrait même si les dirigeants de la Sécurité Sociale n'entendaient se servir des facultés ainsi ouvertes que pour améliorer le rendement financier de l'organisme. Mais il est normal qu'ils les utilisent aussi pour promouvoir certaines transformations qualitatives qui leur paraissent aller dans le sens de l'avantage, collectif : ainsi le développement de la médecine « collective » ou « sociale » dont la charge incombe à des médecins salariés employés à temps plein ou partiel ². Nous allons certainement vers une expansion de cette formule (comme le montre la réforme de 1958 qui, sous réserve de certaines dérogations, fait des médecins hospitaliers des salariés à temps plein). Autre tendance de révolution : la médecine de groupe dont les adeptes — qui sont déjà plus de mille — se rassemblent en une Association Nationale de Médecine de Groupe.

On entend par médecine de groupe une association d'au moins trois médecins exerçant une même discipline quelle qu'elle soit (l'union de médecins qui exercent des disciplines différentes constituant la médecine d'équipe). Les causes de ce mouvement tiennent à l'élargissement toujours plus poussé des connaissances médicales, à la complexité croissante des techniques d'intervention et à l'aggravation des frais d'installation, qui en résultent. D'où la naissance quasi spontanée et un peu anarchique de « maisons médicales » qui valent aux associés des commo-[p. 222] dités techniques et administratives en même temps qu'une plus grande sécurité intellectuelle (échange d'expérience dans l'exercice de la pratique médicale). Il semble qu'une fois cette formule mise au point, les malades n'auront que des avantages à en tirer. Elle paraît susceptible d'améliorer la situation dans les quartiers d'H.L.M. et les grands ensembles d'habitation ainsi qu'au niveau de l'hôpital rural.

Au terme de deux années de travaux préparatoires la Confédération des Syndicats Médicaux et la F.N.O.S.S. ont mis au point une « étude conjointe des modalités d'aide financière des caisses à la médecine de groupe » ³. Il a été décidé

¹ Sans insister pour le moment sur ce thème, signalons que durant les dernières années les discussions entre le corps médical et la sécurité sociale ont provoqué divers éclatements de l'organisation professionnelle de la médecine.

² Selon *Succès et faiblesse de l'effort social français*, op. cit., p. 76, il y aurait aujourd'hui 1 médecin sur 10 entièrement salarié et trois autres participant plus ou moins à temps partiel à des services publics ou d'intérêt général.

³ On en trouvera le texte, dans le n° 7 (3^e trimestre 1962) des *Notes et Documents* de la F.N.O.S.S. consacré à « la médecine de groupe » (pp. 13, 21). Voir dans la même série : n° 5 (1^{er} trimestre 1962), « Une formule de médecine d'équipe : la maison médicale d'Ivry-sur-Seine » ; n° 9 (1^{er}

d'un commun accord qu'en 1963 les caisses de sécurité sociale financeraient sur les fonds de l'action sanitaire et sociale seize cabinets de groupe. En cette affaire la Fédération est le moteur, la Confédération se résignant à suivre une évolution qu'elle ne saurait empêcher et s'efforçant de conserver le plus possible les règles traditionnelles de l'exercice médical.

Les caisses ont dans leurs attributions l'accomplissement d'une action sanitaire et sociale. C'est ainsi qu'elles peuvent créer des établissements de soins et de prévention ou des œuvres sociales réservées par priorité aux assurés sociaux ou aux familles d'allocataires. De même elles peuvent apporter un appui financier à des œuvres ou institutions publiques ou privées de caractère sanitaire et social. Au cours de ces dernières années, les caisses de sécurité sociale ont surtout agi dans le domaine de l'équipement hospitalier de la protection maternelle et infantile, des cliniques dentaires, de la lutte antituberculeuse et, plus généralement, de l'action sociale approfondie en faveur des assurés gravement atteints ¹ tandis que les caisses d'allocations familiales se concentraient sur l'aide au logement, l'aide aux vacances, l'aide ménagère (en particulier enseignement ménager).

L'importance de la Fédération des organismes de sécurité sociale lui vient d'être désormais au centre des problèmes de la santé ou si l'on préfère de représenter le point de contact entre les consommateurs de biens et services médicaux, les dispensateurs de ces biens et services, les autorités publiques qui entendent exercer une mission générale de tutelle des seconds dans l'avantage des premiers. Cette situation ressort bien d'une note traitant de l'action de la Fédération sur les problèmes essentiels de sécurité sociale depuis 1955 ². Ce texte souligne que la force de la Fédération, tant auprès des pouvoirs publics que des grands organismes nationaux, lui vient de la cohésion et de l'unanimité des caisses de sécurité sociale. Certes, en dépit de cette situation favorable, la Fédération a subi des échecs auprès des autorités (ainsi les restrictions [p. 223] apportées aux pouvoirs des conseils d'administration) mais elle est parvenue à faire adopter plusieurs de ses revendications ou suggestions (par exemple le plein temps hospitalier).

Dans un domaine aussi mouvant et complexe, la présence de la Fédération, même si elle ne peut tout faire, représente une garantie essentielle pour tous les consommateurs de biens et services médicaux. Celle-ci paraît apte, en tout cas, à réaliser l'étude, à favoriser l'adoption, et à faciliter l'application des mesures indispensables pour que la masse des consommateurs — sans oublier ceux qui en ont le plus besoin : vieillards, malades et infirmes, foyers à revenus modestes —

trimestre 1963), « Médecine organisée et tradition médicale » ; n° 10 (2^e trimestre 1963), « Phénomènes médico-sociaux et sécurité sociale ».

¹ Pour une analyse de plusieurs aspects de cet effort, consulter le numéro de la revue *Informations Sociales* (décembre 1963) qui expose la « Contribution de la Sécurité Sociale à l'action sociale familiale ».

² Publié en supplément n° 1 au n° 138 de la *Revue de Sécurité Sociale*.

bénéficient au maximum des progrès de la recherche médicale et de l'art de guérir. Il faudrait certes éviter que cette expansion, quantitative et qualitative, de la consommation médicale n'ait pour conséquence finale l'enrichissement d'un petit nombre de privilégiés : nous retrouverons le problème.

III. TRANSPORTS

[Retour à la table des matières](#)

Qu'il s'agisse de marchandises, de voyageurs ou de messages, les sociétés modernes sont de grandes consommatrices de transport. La circulation des hommes s'effectue, certes au titre du tourisme mais également et de plus en plus au titre du travail. Que l'on songe aux 700 000 habitants de banlieue allant quotidiennement accomplir leurs occupations à Paris ou, encore, aux 50 000 frontaliers belges qui viennent chaque jour à leur poste de travail dans le Nord de la France. L'une des caractéristiques de ce secteur est, désormais, l'existence à côté des modes publics de transport d'un important parc privé de moyens de transports.

L'activité de transport pose, sous l'angle du consommateur de multiples problèmes touchant le prix du service ainsi que sa régularité et sa qualité (notamment dans l'ordre de la sécurité). L'État intervient sur ces divers points, de façon plus ou moins accentuée selon les types de transports mais aucun d'entre eux ne connaît une totale liberté. Les associations générales de consommateurs s'intéressent à divers aspects de ces problèmes mais il ne semble pas que l'on ait souvent recours à la formule d'un groupement permanent des usagers. Je mentionnerai toutefois la récente constitution à Lyon d'une Association des Usagers des Lignes Aériennes Françaises qui se propose de remédier à l'excès de [p. 224] centralisation sur Paris par une décentralisation des activités aériennes. Plus généralement, l'Association veut lutter contre le sous-développement dans lequel se trouve la France sur le plan aérien interne.

Parmi les difficultés qui atteignent les consommateurs de services de transport, il faut mentionner celles qui résultent de la grève du personnel chargé de les assurer. Les gênes les plus graves proviennent de l'arrêt des chemins de fer et, aussi, au moins dans les grandes villes, des transports en commun. Sans entrer dans le fond du débat, qui laisse apparaître la possibilité de certaines contradictions entre travailleurs et consommateurs il semble très difficile d'établir une réglementation qui assure la continuité du service sans mettre en cause le droit de grève qui constitue pour les travailleurs du transport, comme pour tous les autres une faculté imprescriptible.

Le transport automobile soulève des difficultés particulières dont j'ai déjà dit quelques mots à propos de l'encombrement des villes. Mais le problème a bien

d'autres aspects comme le montrent de récentes controverses sur le prix de l'essence, la construction d'un réseau d'autoroutes ou rétablissement d'une liaison fixe à travers le Pas-de-Calais. En réalité, le développement de la circulation automobile est l'un des faits majeurs de civilisation entraînés par le capitalisme industriel — le phénomène concernant même, encore qu'à une échelle bien plus réduite, les pays économiquement arriérés. Il ne sera pas inutile de rappeler brièvement les dimensions actuelles et prévisibles de cette expansion.

On appelle parfois les États-Unis une « nation sur roues » l'expression trouvant sa justification dans l'existence d'une voiture particulière par 2,8 habitants. L'une des conséquences de cette extraordinaire motorisation a été la création d'une technique particulière le *traffic engineering* ayant déjà 1 500 adeptes qui s'attachent à déterminer les conditions optimales de tracé et d'exploitation du réseau routier. Or, quant à la consommation d'automobiles, la France vient en troisième position dans le monde (7,1 habitants par voiture) se classant ainsi après la Suède (5,2) mais avant tous les pays voisins. Grande-Bretagne (8), Allemagne Fédérale (8,3), Italie (16,9). Sur la base du rythme actuel d'expansion, on estime que d'ici une vingtaine d'années la France connaîtra un taux de motorisation de même ordre que le taux américain actuel. Il n'est pas difficile d'imaginer les implications d'une telle prolifération, tant au niveau de l'urbanisme que de la circulation routière.

Depuis longtemps, les utilisateurs d'automobiles ont montré une propension à s'organiser plus intensément que les autres catégories de consommateurs (pour la France, le Touring Club et, à une plus petite [p. 225] échelle, l'Automobile-Club ; pour la Grande-Bretagne, l'Automobile Association qui vient de recruter son trois millionième membre et la Royal Automobile Club qui en a un million, certains automobilistes faisant partie des deux organisations...). De plus, de temps à autre, de nouveaux rassemblements sont suggérés ou mis en œuvre qui impliquent un esprit de croisade (ainsi idée que les automobilistes seraient mieux protégés s'ils parvenaient à former un « parti des motorisés » ou « parti des automobilistes mécontents »). Récemment, vient de se constituer à Paris un Syndicat National des Automobilistes qui entend assurer la « défense totale des usagers de la route » sur la base d'un complet apolitisme et dans le respect intégral de la légalité.

Voici une phrase du tract de présentation qui illustre bien l'aspect de cette entreprise « Au pays de l'essence la plus chère du monde, il devient de plus en plus difficile d'entrer dans les villes ou d'en sortir, de marcher, de stationner. C'est que les taxes et les fonds versés par les automobilistes ont été détournés par les pouvoirs publics qui ont toujours manifesté un mépris souverain à regard de ces problèmes, cependant vitaux pour ce pays »¹. Dans ce cas, le choix du terme

¹ Tract publié notamment dans *France-Soir*, 4 octobre 1963. On trouvera dans *l'Auto-Journal*, 31 octobre 1963, pp. 6-7, les déclarations d'un certain nombre de personnalités qui « ont dit oui au syndicat ». Selon les informations fournies à la Presse, le Syndicat aurait déjà rassemblé en janvier

syndicat pour appeler une association de la loi de 1901 illustre le souci des fondateurs d'apparaître comme un mouvement revendicatif.

On connaît l'essentiel de la thèse des défenseurs de l'automobile. Les possesseurs et utilisateurs d'un véhicule sont, en tant que tels, obligés de verser des sommes considérables au Trésor Public. Sans même parler de la vignette automobile, cette situation résulte du prix de l'essence qui en France est le plus élevé d'Europe et dans lequel la part de la fiscalité est de l'ordre de 75%. Or, durant la même période, l'État a négligé d'apporter au réseau routier les modifications et perfectionnements indispensables. Alors que tous les pays voisins construisaient, l'un après l'autre, de vastes réseaux d'autoroutes, la France en reste encore à la phase du démarrage et ce n'est pas avant vingt à vingt cinq ans au mieux, qu'elle disposera des facilités dont ses partenaires du Marché Commun bénéficient déjà ou vont bénéficier d'ici peu (légende d'un croquis *d'Enterprise* : les autoroutes en service en Europe ou « le désert français »¹). Ce faisant, l'État contrevient à un élémentaire devoir de justice qui serait de rendre aux automobilistes, sous forme de plus grandes facilités de circulation, sinon la totalité, du moins une large partie de ce qu'ils lui ont versé. L'industrie automobile dont j'ai déjà souligné l'exceptionnel dynamisme appuie ce point de vue (le poids des travailleurs de cette branche qui forment une catégorie particulièrement solide jouant finalement dans ce sens).

[p. 226] Par sa simplicité et son apparence logique, cette thèse trouve une large audience mais elle fait aussi l'objet de critiques vigoureuses en quelques secteurs de l'opinion. Point fondamental de cette réplique : le bilan de l'automobile serait loin d'être aussi totalement positif pour les finances publiques qu'on ne l'admet généralement. Même en faisant abstraction de facteurs difficiles à chiffrer, mais dont l'évidence n'est pas négligeable, comme le coût de l'embouteillage et la pollution atmosphérique, le produit net de la « surfiscalité » automobile (c'est-à-dire encaissements fiscaux en sus du droit commun déduction faite du coût des routes et de la police de la circulation), tout en constituant un apport non négligeable pour le Trésor, ne serait pas exorbitant. Au total la discussion reste ouverte et certains regrettent que, compte tenu de la difficulté du problème, l'on n'ait pas fait travailler sur cette question une commission de techniciens impartiaux.

1964 près de trois cent vingt mille adhérents (montant de la cotisation annuelle 15 francs). Principales revendications : construction de 500 kilomètres d'autoroutes par an financées par le Fonds Routier ; modernisation de 15 000 km en cinq ans ; établissement d'un plan d'aménagement de parcs de stationnement à la périphérie et à l'intérieur des villes ; amélioration de l'accès à celles-ci ; réforme de l'assurance automobile avec participation des usagers à sa gestion ; association des automobilistes à l'élaboration des programmes d'équipement routier et touristique... À l'appui de ces demandes, le Syndicat déclare que le gouvernement risque par son inertie de faire « de dix millions de mécontents dix millions de révoltés organisés... ».

¹ Numéro du 5 octobre 1963, p. 31.

Quant aux autoroutes si beaucoup en présentent la construction comme une urgente nécessité, d'autres font remarquer que leur établissement doit être examiné en fonction des autres priorités nationales et que toutes les liaisons envisagées n'ont pas la même valeur. Après tout, observent-ils, si l'on met en balance d'une part les bienfaits à long terme d'un développement de la recherche médicale et plus généralement de la recherche scientifique, de l'autre les avantages d'un réseau d'autoroutes sur la Côte d'Azur, il n'est pas dit que les seconds doivent être nécessairement préférés aux premiers ¹.

Je voudrais profiter de cette controverse pour énoncer quelques notions générales qui, dans la perspective de cet ouvrage me semblent d'un intérêt essentiel. La première est qu'aucun groupe de consommateurs ou d'usagers ne saurait se prévaloir des sommes versées au Trésor pour exiger de recevoir de la collectivité un montant équivalent de services ou d'avantages particuliers. En adoptant des pratiques de cet ordre on en arriverait vite à ruiner la notion même de l'État. Le pouvoir politique, tel que désigné par la majorité populaire, a le droit souverain de redistribuer le produit de la fiscalité, qu'elle soit directe ou indirecte, dans le sens qui lui paraît conforme à l'intérêt collectif.

Cette norme admise, sur laquelle aucun compromis n'est possible, il est clair que les autorités successives de la France ont commis en ce domaine de nombreuses fautes graves, la première ayant été de prendre des engagements à l'égard des automobilistes et de ne pas les tenir. Les avatars du Fonds spécial d'investissement routier sont à cet égard parfaitement édifiants, le fonds n'ayant cessé d'être privé par des procédés divers d'une partie des ressources que le législateur avait prévues [p. 227] à l'origine. Il aurait fallu ou tenir parole ou dire ouvertement que les engagements pris ne pouvaient plus être tenus.

D'un autre côté, au lieu d'attaquer les problèmes de la circulation à la source (par exemple en interdisant d'utiliser les rues comme un garage), l'État, toujours friand de recettes nouvelles, a tout accepté — y compris les monstrueux embouteillages urbains — à condition d'en tirer un avantage fiscal. Dès lors, dans la mesure où cette lourde fiscalité n'a pas entravé l'expansion du parc automobile, la concomitance entre l'enrichissement du Trésor (même s'il n'atteint pas l'ampleur généralement avancée) et le développement des difficultés de circulation ne pouvait manquer d'irriter le « parti des motorisés ».

Enfin, il est évident que la cause des automobilistes serait moins facile à défendre si l'État n'avait laissé la S.N.C.F. s'attribuer la part du lion dans les crédits publics destinés à l'équipement des transports. Dès lors, en vue de réaliser des gains

¹ Sur ces problèmes, voir deux articles d'Alfred SAUVY, « Quelques vérités sur l'industrie automobile et l'expansion » in *Le Monde*, 12 et 13 avril 1960. Dans ce même journal avait déjà été exposé le point de vue de G. GALLIENNE, président de l'Union Routière, « Aspects et perspectives de la circulation routière », n^{os} des 10, 11 et 12 septembre 1958.

de prestige (raccourcir de quelques minutes un trajet de plusieurs heures) les chemins de fer ont été autorisés à dépenser des sommes qui auraient pu être mieux employées ailleurs. La pression des chemins de fer français (et aussi britanniques) pour la création d'un tunnel purement ferroviaire sous la Manche est un aspect, entre tant d'autres de cet impérialisme.

Là n'est pas pourtant le plus grave. Le défaut le plus sérieux de la situation est l'existence d'un écart qui va grandissant entre l'accroissement de la production et la stagnation des équipements collectifs qu'implique cette production. En laissant l'industrie automobile prendre le développement que l'on sait, les pouvoirs publics ont accepté, au moins implicitement, l'idée que ce développement est conforme à l'avantage collectif : et, dès lors, ils ont pris *ipso facto* la responsabilité d'apporter au contexte urbain et au réseau routier les modifications exigées pour cette expansion. En supposant que la collectivité n'ait pas les moyens de réaliser cet ajustement, les dirigeants économiques auraient dû, par quelque moyen que ce soit, freiner cette expansion. L'exceptionnelle carence dont les autorités ont témoigné et continuent de témoigner en ce domaine illustre bien l'abus terminologique commis en qualifiant de « planification » le mode français de gestion de la vie économique.

En définitive, une fois de plus, l'impulsion venue du secteur de la production fait oublier aux autorités les exigences élémentaires de l'avantage collectif au niveau de la consommation. Et cet exemple, probablement mieux que n'importe quel autre, montre l'extrême difficulté de prendre en considération l'intérêt de l'ensemble des consommateurs (qui, je l'ai précédemment établi, ne se confond pas nécessairement avec celui [p. 228] d'une fraction d'entre eux) dès lors que l'on accepte de laisser aux impulsions de la simple rentabilité le soin de répartir les ressources rares entre les divers emplois possibles.

*
* *

Le secteur des télécommunications, secteur entièrement public cette fois, confirme bien cette incapacité de notre système économique dit planifié de faire prévaloir un principe de distribution des ressources conforme aux impératifs d'une croissance harmonisée. Troisième dans le monde quand il s'agit du nombre d'habitants par véhicule automobile, la France n'occupe plus que le dix-septième quand il s'agit de la proportion par habitant des postes téléphoniques (le seizième si, en plus des postes principaux, l'on compte aussi les postes secondaires). De 1950 à 1960 l'élévation du total des postes principaux a été en France de plus de 750 000 mais durant la même période, l'accroissement a été de 1 750 000 en Grande-Bretagne, de 1 800 000 en Allemagne Fédérale et de 2 000 000 en Italie. Conséquence de la situation : le nombre des demandes augmente plus vite que celui

des raccordements effectués (d'où l'existence d'un grand nombre de demandes insatisfaites dont les techniciens fixent approximativement le chiffre à 180 000).

Il existe une controverse sur les causes de la situation, les uns l'attribuant exclusivement à l'insuffisance des investissements dont la progression bien que substantielle n'a pas été à la hauteur de la situation, d'autres faisant état de défauts techniques et économiques supplémentaires (par exemple infériorité du matériel acquis en comparaison de celui utilisé ailleurs, notamment en Suède). Sans qu'il soit utile d'entrer ici dans le fond du débat, observons que le consommateur de services téléphoniques (service public) est beaucoup moins bien servi que celui d'automobiles (secteur privé), la conduite de la Régie Renault ne différant pas sensiblement sous cet angle de celle des firmes privées de la branche. Il y a certes une association d'usagers du téléphone mais manifestement son influence n'est pas encore assez grande pour susciter un redressement de la situation.

Encore qu'il eût été peut-être préférable d'en renvoyer l'étude à la rubrique culture et loisirs, je voudrais présenter à propos des télécommunications quelques remarques sur les associations d'auditeurs de la radio et de spectateurs de la télévision dont, dans sa thèse sur *La Télévision dans le Monde*¹, F. Pigé ne dénombre pas moins de cinq : L'Association Générale des Auditeurs et Téléspectateurs, fondée en 1924 [p. 229] et englobant notamment la Fédération des Radio-Télé Clubs des Chemins de fer français créée en 1927 : l'Association des Auditeurs de la Radio-diffusion et des Spectateurs de Télévision constituée en 1946 par P. Bourdan ; la Fédération Nationale des Auditeurs et Téléspectateurs ; l'Association Nationale Catholique des Auditeurs et Téléspectateurs de la Radio, du Cinéma et de la Télévision (« Vox ») ; « La Voix du Téléspectateur » (créée en janvier 1960 par le quotidien Paris-jour du groupe Del Duca). Selon Pigé, la première de ces cinq associations serait la plus représentative, « Vox » qui est patronné par les évêques de France bénéficiant d'une « audience certaine ».

Depuis lors, d'autres associations se sont créées ou vont l'être. C'est ainsi que lors de son congrès de juillet 1963, la Ligue de l'Enseignement a annoncé la fondation, sous son égide, d'une association nationale de téléspectateurs en vue de défendre la liberté d'expression et l'objectivité de l'information à la radio et à la télévision. Mentionnons aussi la création de Téléspectateurs et Auditeurs de France qui veut ouvrir aux usagers de la R.T.F. « un référendum permanent » et de l'Union Nationale des Téléspectateurs qui entend « multiplier les liens entre ceux qui font la télévision et les téléspectateurs pour contribuer à l'amélioration des programmes ». L'une comme l'autre de ces deux dernières associations se réclament d'une totale indépendance politique et confessionnelle. Signalons enfin la fondation, en parfait accord avec les normes de Parkinson, d'un Conseil supérieur d'auditeurs et de

¹ Thèse Droit, Paris s.l. (1962), pp. 317-318.

télespectateurs destiné à regrouper diverses associations et qui n'accepte pas d'adhésions individuelles.

Il est possible que cette prolifération (la liste donnée n'étant pas exhaustive) ait quelque rapport avec le désir d'obtenir le (ou les) siège réservé aux représentants des auditeurs et télespectateurs dans le Conseil d'Administration de la R.T.F. (tel que doit le définir le statut, en cours d'élaboration, de celle-ci). En tout cas, cette multiplication laisse planer quelques doutes sur la capacité réelle d'influence dont disposent ces groupes. Je ne suis pas en mesure d'établir si et dans quelle mesure les vœux des auditeurs et télespectateurs, tels que centralisés et transmis par ces associations aux dirigeants responsables, sont susceptibles d'influer sérieusement sur le contenu artistique et culturel des programmes. Pour autant que des questions de fond soient en jeu (et l'on peut certes compter parmi elles la réforme du statut de la Radio Télévision) il ne paraît pas qu'elles disposent ou aient disposé d'une réelle influence.

Les auditeurs et télespectateurs français sont, en principe, préservés de la réclame. C'est un avantage inestimable tant du point de vue moral [p. 230] que culturel. Et, si l'on considère, par exemple, le niveau de dégradation intellectuelle où il arrive aux chaînes américaines de tomber, il semble qu'aucun effort ne devrait être épargné pour sauvegarder l'intégralité de ce principe. Or, nous l'avons vu, la radio télévision française, encore que de façon discrète et mesurée, diffuse des textes ou images publicitaires. Il ne semble pas que les associations mentionnées aient protesté, du moins publiquement, contre cette atteinte aux droits des usagers de la R.T.F. En une telle matière il serait pourtant indiqué de se méfier de l'engrenage.

En dehors des associations de télespectateurs, de nombreuses autres organisations s'intéressent à la Télévision, le mobile de ces démarches qui relèvent de l'action exercée « pour » les consommateurs étant l'incidence considérable de ce moyen de communication sur tous les compartiments de la vie sociale ¹. Au premier rang des forces ainsi intéressées se situent les Églises, spécialement l'Église catholique et les Églises protestantes. Aux États-Unis, huit organismes religieux au moins ont été spécialement constitués pour suivre le fonctionnement de la télévision. On trouve des organismes similaires dans de nombreux pays (ainsi en Allemagne la Commission Catholique de la Télévision et la Commission de Télévision de l'Église Protestante). Autre catégorie de groupements qui attachent une grande importance à la télévision : les associations éducatives, que ce soit dans le cadre de l'enseignement scolaire ou de l'éducation des adultes. Mais la nature même de ces préoccupations nous conduit directement à un domaine où l'action par et pour les

¹ Voir à cet égard l'intéressant ouvrage de CAZENEUVE (J.) et OULIF (J.), *La grande chance de la télévision*, Paris 1963. Consulter également de CAZENEUVE, *Sociologie de la Radio-Télévision*, Paris 1963.

consommateurs se développe largement à l'heure présente : la culture et les loisirs ¹.

IV. CULTURE ET LOISIRS

[Retour à la table des matières](#)

Tout en admettant qu'une telle division risque d'entraîner des difficultés de classification pour plusieurs des groupements qui agissent dans ce domaine, je distinguerai trois secteurs : activités culturelles ; tourisme et vacances ; activités sportives. Les organismes intervenant dans chacun de ces secteurs sont tantôt des associations et tantôt des œuvres, la frontière entre les deux séries manquant souvent de netteté. Dans l'ensemble, il s'agit là d'un domaine en pleine évolution, de nouvelles initiatives venant sans cesse élargir et diversifier une gamme de démarches déjà très [p. 231] étendue. Autant, et plus encore peut-être que pour les précédentes rubriques, l'exposé n'a pas d'autre objectif que de donner une vue préliminaire et très modeste de ces entreprises ².

*
* *

Je partirai de Peuple et Culture qui, constitué en association de la loi de 1901, se présente comme un mouvement culturel à caractère social. D'inspiration laïque et affilié à la Ligue Française de l'Enseignement, cet organisme, agréé et subventionné par le Ministère de l'Éducation Nationale, se spécialise dans le recrutement et la formation des animateurs d'éducation populaire ainsi que dans l'élaboration des méthodes et du matériel pédagogique adaptés aux besoins de cette formation. Peuple et Culture met particulièrement l'accent sur le développement d'une culture civique, à dominante économique et sociale en vue de faciliter la participation active de chaque citoyen à la gestion des affaires de la Cité. Plus largement, cette association qui se déclare exempte de préoccupations partisans, ambitionne de susciter une promotion socio-culturelle des milieux populaires.

¹ Il sera à tous égards intéressant de suivre l'expérience de la Britain's University of the Air (« Televarsity ») dont les premiers essais expérimentaux ont commencé en octobre 1963. Pour l'étude des aspects socio-éducatifs de la radio-télévision en Grande-Bretagne, on trouvera de nombreux éléments dans le rapport Pilkington (Report of the Committee on Broadcasting 1960, H.M.S.O. Cmnd 1753).

² On trouvera in CHARPENTIER (J.) et KAËS (R.), *La culture populaire en France, op. cit.*, une liste des principaux organismes nationaux de culture populaire (pp. 179-189).

Composé au départ de 90% d'enseignants, cet organisme n'en comprend plus désormais que 40%, la part des « travailleurs » (étudiants, syndicalistes, animateurs ruraux) s'élevant à 35%. L'ensemble de ces activités repose sur l'action de groupes de travail nationaux qui, au nombre de 16 en 1962, définissent les méthodes d'intervention et le contenu des efforts du mouvement pour le domaine qui les concerne. L'un des moyens d'action favoris est l'organisation à divers niveaux de stages de formation qui durent de six à quinze jours et de week-ends d'études. L'association assure la publication d'un important matériel éducatif (en particulier fiches techniques relatives à la présentation d'œuvres littéraires et de disques, à l'analyse de problèmes économiques et sociaux...).

Peuple et Culture qui se recommande d'exigences de qualité toucherait aujourd'hui, selon les déclarations de son directeur, environ cent mille personnes ¹. Parmi ses groupes de travail, je citerai la Commission Éducation Populaire et Habitat qui, constituée en janvier 1961, s'efforce en particulier de réunir une documentation sur les problèmes soulevés par les grands ensembles immobiliers ². Deux organisations spécialisées ont été formées : l'une Culture et Développement qui s'intéresse plus particulièrement aux problèmes de l'éducation populaire dans les pays sous-développés ; l'autre Culture et Télévision qui se consacre aux [p. 232] problèmes posés par l'utilisation de la télévision dans l'éducation populaire. On compte aujourd'hui une soixantaine d'associations culturelles parmi les mieux connues desquelles figurent : les Jeunesses Musicales de France, spécialement orientées vers l'expression musicale ; le Club du Théâtre des Nations qui, en particulier, soutient la saison de printemps du Théâtre Sarah-Bernhardt ; l'Union Française des œuvres laïques d'inspiration artistique qui, émanant de la Ligue Française de l'Enseignement, exerce son activité surtout dans les écoles ; l'association Les Arts et la Vie qui, d'abord réservée aux seuls fonctionnaires (surtout membres de l'enseignement) se préoccupe d'améliorer la qualité des loisirs de ses membres ; le groupement Travail et Culture qui, fondé à la Libération, réunit surtout des éléments collectifs (comités locaux et comités d'entreprise). Plus « engagée » que les précédentes et plus orientée vers le milieu populaire, cette dernière association se propose davantage de donner une culture par le théâtre que de répandre simplement une culture théâtrale : elle offrira plus volontiers à ses adhérents une pièce sur la condition ouvrière ou contre le racisme qu'une œuvre d'avant-garde.

Je veux aussi rappeler que le IV^e Plan a prévu la construction de vingt maisons de la culture — distinctes des maisons de jeunesse et de la culture que le Haut Commissariat à la jeunesse et aux Sports voudrait créer à raison d'une pour dix mille habitants. On a finalement décidé de s'orienter vers la construction de maisons

¹ In *Témoignage Chrétien*, 25 mai 1962, p. 9.

² Sur cette question, voir : « Problèmes socio-éducatifs des grands ensembles d'habitation » (Cycle d'études à la Sorbonne. février-avril 1962). *Le Groupe Familial*, avril-juin 1962, pp. 3-81.

polyvalentes destinées à combler les vides culturels de la province dans tous les domaines (théâtre ; musique ; cinéma ; art plastique ; connaissances littéraire, scientifique et humaine). L'implantation doit se faire là où une concentration de population exige, de toute manière, le développement d'une action culturelle mais les réalisateurs de ce projet veulent aussi tenir compte des foyers culturels déjà existants. La mise en route d'un Centre de formation des animateurs culturels doit permettre de trouver les hommes indispensables à la conduite de tels efforts. Enfin les autorités ont prévu l'institution d'un Centre National de diffusion culturelle destiné à jouer vis-à-vis des maisons le rôle d'un organe de distribution (mise à leur disposition de spectacles, d'expositions, de livres, de disques en les laissant libres d'en user à leur volonté).

Ce programme auquel certains reprochent de relever d'une conception centralisée (l'essentiel des hommes et des moyens partant de la capitale) s'inspire de la volonté de rendre les richesses culturelles accessibles à tous (pour reprendre l'intitulé du quatrième congrès tenu à Dijon par la Fédération Nationale des centres culturels communaux). Il serait facile de citer bien d'autres aspects ou entreprises de ce mouvement qui, [p. 233] malgré ses insuffisances, comporte des éléments neufs par rapport aux pratiques traditionnelles. Mais les exemples retenus me semblent suffisamment représentatifs des tendances actuelles.

Des voix s'élèvent pour réclamer que les consommateurs de services culturels et, en particulier, les futurs usagers des maisons de la culture aient accès aux centres où se déterminera la politique suivie (en particulier les conseils d'administration des maisons). D'autres redoutent qu'à l'instar des traditionnels référendums de la R.T.F. cette présence n'ait pour résultat de donner une prime aux chanteurs de charme et autres producteurs de « variétés ». À supposer qu'un tel risque existe au départ, je pense que, tout en s'entourant des précautions indispensables il faudrait le courir. Aujourd'hui, dans tous les domaines, les consommateurs sont réduits à un rôle secondaire parce qu'on persiste à les traiter comme des mineurs : sans méconnaître les difficultés de la tâche, il n'y a pas de mission plus urgente que d'organiser le renversement de cette tendance.

*
* *

Quelques mots maintenant sur le tourisme et les vacances dont le perfectionnement des moyens de communication et l'extension des congés ne cessent d'augmenter le poids dans l'activité économique et sociale. On aura une idée de l'ampleur de ce mouvement en considérant que le nombre des campeurs est passé de 1 million en 1956 à plus de cinq en 1963 (le chiffre d'affaires qui en résulte étant estimé à douze cent millions). Selon des indications fournies par M. Maurice

Herzog à l'Assemblée Nationale les principales catégories sociales représentées parmi les campeurs seraient : ouvriers (21%), artisans et ruraux (19%), employés (19%), professions libérales et cadres supérieurs (17%), cadres moyens (7%). On compte environ 1 060 terrains gérés par des communes, 350 appartenant à des associations et 1 256 terrains privés.

Les groupes capitalistes, économiques ou financiers, n'ont pas été longs à saisir les occasions de profit qu'offre un tel besoin de délasserment et de dépaysement. Une véritable industrie des vacances s'installe en vue de fournir aux intéressés, selon les règles d'une organisation rigoureuse, les différents types de produits demandés. On connaît aussi la prolifération des agences de voyage et des intermédiaires ou courtiers en tout genre qui prélèvent sur le touriste et le simple voyageur une dîme dont ceux-ci ne connaissent pas l'ampleur. Une nouvelle fois, les besoins les plus légitimes de l'homme donnent lieu à des phénomènes d'exploitation et de parasitisme dont seule l'union des consom-[p. 234] mateurs, avec s'il le faut l'aide des pouvoirs publics semble susceptible de réduire la gravité.

Il existe depuis longtemps des organismes dont le rôle est de faciliter les déplacements de leurs membres, que ce soit, à titre professionnel ou touristique. Le plus important pour la France est le Touring Club fondé en 1890 sur une base très modeste et en rapport direct avec le développement du cyclisme. Dès le départ, le club se préoccupa d'obtenir des hôteliers communication de leurs prix. Le nombre des sociétaires qui s'élevait à moins de 9 000 en 1894 atteignait dès 1908 la cote des 100 000. Durant cette période, l'organisme déploie ses efforts dans trois grandes directions : jurisprudence touristique (notamment lutte contre les arrêtés municipaux qui imposaient souvent des restrictions draconiennes aux déplacements à vélo et en automobile) ; action en faveur d'une amélioration du réseau routier et multiplication des plaques d'avertissement et de signalisation ; perfectionnement du gîte qui, autant que la route, laissait à désirer.

On notera qu'à l'époque, le club contribua de ses deniers à la construction de plusieurs routes (celle de la Corniche de l'Esterel, celle des Alpes pour laquelle il offrit d'assumer la part du département des Basses-Alpes, soit 180 000 francs). Ainsi se dessine immédiatement l'un des secteurs essentiels des interventions du Touring Club auprès des pouvoirs publics : l'action en faveur de l'extension et du perfectionnement des routes.

Depuis lors, ce groupement n'a cessé de développer et d'intensifier ses activités dans tous les secteurs qui ont trait de près ou de loin aux voyages, aux loisirs, aux déplacements des hommes en général. Il a mené de nombreuses campagnes en faveur des usagers de la route (par exemple lutte contre la perception des taxes qu'il tient pour abusives) et a mis de nombreux services à la disposition de ses sociétaires. C'est donc à la fois un groupe de pression et un centre de distribution ou d'Organisation de satisfactions collectives. Le club qui fait partie de l'Alliance Internationale du Tourisme possède environ 600 000 membres (le Touring Club

Suisse en ayant 400 000) et dispose de 84 bureaux régionaux. Les prévisions de recettes pour l'exercice 1^{er} octobre 1962-30 septembre 1963 comportent notamment l'encaissement de 10 550 000 de cotisations (ainsi que 3 000 000 de recettes publicitaires). Le Touring Club est en rapports suivis avec l'Union Nationale des Associations de Tourisme et la Fédération Nationale de l'Automobile. Signalons aussi l'activité du Club Alpin Français qui, fondé en 1814, compte de 35 à 40 000 membres.

[p. 235] Au cours des dernières années de nombreuses formules tendant à assurer le développement du tourisme ont vu le jour. L'une des mieux connues est le Club Méditerranée que *France-Observateur* n'a pas craint d'appeler « le Leclerc des vacances »¹. Ce club a connu en tout cas une expansion très rapide : il dispose de 12 villages d'été qui, durant la saison 63 ont accueilli 60 000 personnes. Le club permet des déplacements et des séjours que les bénéficiaires ne seraient pas en mesure de s'assurer sur la base des conditions commerciales ordinaires. D'après une étude sociologique relativement ancienne, le groupe socio-professionnel qui dominerait dans les villages du club serait le groupe employés (les femmes, qui viennent essentiellement du secrétariat et de la mécanographie, étant beaucoup plus nombreuses que les hommes)².

Sur un plan très différent, il faut mentionner l'œuvre réalisée par les maisons familiales de vacances dont l'objectif qui ne comporte aucune intention lucrative est de mettre à la disposition des familles et à des prix aussi modérés que possible des facilités d'accueil reposantes et éducatives. Le bénéfice en est réservé aux familles de conditions modestes (beaucoup d'organismes refusant celles qui n'ont qu'un enfant). On s'efforce d'y offrir les éléments d'une vie culturelle mais la participation à ces activités est facultative. En France et dans d'autres pays où se déroule un mouvement analogue le rôle des associations familiales a été très grand dans le lancement et le déroulement de l'expérience. Il existe aujourd'hui environ 450 maisons qui se rassemblent en un certain nombre de fédérations dont la plus importante est la Fédération des Maisons Familiales de Vacances (qui en groupe 250)³.

Ce bref aperçu manquerait d'une dimension essentielle si l'on ne faisait mention du tourisme social réalisé en faveur des enfants et des jeunes. La première forme en a été celle des colonies de vacances qui touchent actuellement un million d'enfants provenant de milieux très divers. De même, les jeunes disposent de possibilités de vacances à caractère économique parmi lesquelles on doit citer les auberges de

¹ Tout en admettant que le club fait aussi bien l'objet d'un « culte idolâtre » que d'une « exécution farouche », n° du 29 août 1963, p. 12.

² Selon RAYMOND (H.), « Hommes et dieux à Palimuro », *Esprit*, juin 1959, pp. 1030-1040, et « Recherches sur un village de vacances », *Revue Française de Sociologie*, juillet-septembre 1960, pp. 323-333.

³ Sur cette formule, voir GUERRAND (R.H.), *La conquête des vacances*, Paris 1963, pp. 79-100.

jeunesse. Au titre de 1963, *Le Monde*¹ n'énumérait pas moins de 48 organismes (la plupart associations ou œuvres de jeunesse à but non lucratif) susceptibles d'offrir de telles facilités.

Rappelons aussi l'existence des chantiers internationaux organisés pendant les vacances dans toutes les régions de France et dans de nombreux pays étrangers : ces chantiers, qui fonctionnent en général par équipes mixtes de 15 à 30 personnes demandent un travail de 35 à 40 heures par semaine et offrent aux participants des activités culturelles [p. 236] communes. Le logement et la nourriture y sont gratuits mais, sauf dans certains camps agricoles, les jeunes ne perçoivent pas de rémunération.

Quelques brèves observations finales : si l'on considère le pourcentage encore très considérable de tous les adultes qui, faute de moyens suffisants ne peuvent pas partir en vacances, le développement à une large échelle du tourisme social est une tâche urgente. Depuis 1936, qui à cet égard marque le point de départ d'une ère nouvelle, de grands progrès ont été accomplis mais les résultats acquis sont encore bien loin de correspondre aux besoins. L'objectif à atteindre est essentiellement de permettre aux personnes ne disposant que de moyens financiers limités de prendre des vacances dans des conditions répondant à leurs besoins et à leurs aspirations.

D'un autre côté, les formules utilisées qui en de nombreux cas visent, selon l'idéologie ouvrière du siècle dernier, à relier loisirs et culture doivent encore faire l'objet de longues expériences avant de répondre pleinement au souhait de leurs promoteurs. Certains sociologues estiment que l'on s'engage sur une fausse voie en mettant l'accent sur un besoin d'évasion et un désir de libération, cette forme de vacances qui n'est pas d'ailleurs celle du tourisme familial risquant de constituer une mystification. Sous cet angle, la doctrine de la Fédération Nationale des Clubs de Loisirs Léo Lagrange (qui groupe 300 centres rassemblant 40 000 participants dont 15 000 militants) paraît juste : le progrès doit libérer les hommes et non les asservir.

En définitive, le principal est d'obtenir que les vacances soient soustraites le plus possible à l'exploitation capitaliste et n'apportent pas une nouvelle forme de tyrannie. Il importe dès lors que le tourisme social soit doté de structures administratives comparables à celles du tourisme classique ainsi que des moyens financiers indispensables².

*
* *

¹ Numéro des 26-27 mai 1963, p. 14.

² On trouvera des informations plus détaillées sur les problèmes évoqués dans cette rubrique in « Le tourisme populaire en France des origines à 1961 », *La Documentation Française*, Notes et Études Documentaires, n° 2902, 7 juillet 1962.

Reste à évoquer le problème des activités sportives. À première vue, la situation paraît assez satisfaisante, les fédérations sportives comptant aujourd'hui près de 3 millions et demi d'adhérents ; mais il s'en faut de beaucoup que toutes les licences délivrées correspondent à une pratique sportive suivie (situation qui, sauf dans le milieu étudiant, demeure encore trop peu répandue en France). Parmi les causes de cette faiblesse figurent, sans doute, la déficience qualitative et l'insuffisance quantitative de l'équipement sportif (en particulier stades et piscines). [p. 237] Une loi programme du 28 juillet 1961 constitue de ce point de vue un premier effort de redressement.

Dans une conférence faite au Théâtre des Ambassadeurs le 16 mai 1963, M. M. Herzog, Haut Commissaire à la jeunesse et aux sports a qualifié de « moyen-âgeuse » l'organisation actuelle du sport français et dénoncé le faux bénévolat et le mécénat intéressé qui sévissent en tant de branches. Tout en se réclamant d'une politique libérale, il a déclaré que le sport doit, au même titre que l'éducation intellectuelle, être considéré comme un service public ¹. Cette prise de position avait sans doute pour objet de répondre aux critiques faites aux arrêtés du 27 mars et du 4 avril 1963 sur l'organisation des groupements sportifs qui ont suscité une vive opposition des Fédérations — l'une des dispositions prises étant de limiter la durée des mandats des présidents de fédération et de fige régionale afin de permettre l'accession de jeunes dirigeants aux postes de responsabilité. Les Fédérations ont jugé ces mesures, sur lesquelles elles ne semblent pas avoir été consultées, incompatibles avec la loi de 1901 (plusieurs, dont la Fédération de Ski, ayant déposé de ce fait un recours en Conseil d'État contre ces textes). Observons cependant qu'en date du 20 juillet 1963, 35 des 47 Fédérations en cause avaient accepté de se plier aux modifications exigées.

L'analyse sociologique du sport, comme pratique et aussi comme spectacle, sans parler de toutes les « combines » auxquelles il donne lieu (de manière inégale, selon les branches), a été, c'est grand dommage, presque complètement négligée. Les rares études disponibles confirment ce dont le profane est pleinement conscient : l'ampleur et la variété des intérêts commerciaux impliqués dans cette branche. Un bon exemple nous en est fourni par une étude du Centre de Recherche et d'Information Socio-Politique (Bruxelles) sur « le sport cycliste en Belgique » ² ; voir par exemple la formule dite des « équipes extra-sportives » qui, pratiquée en Italie après cette guerre sur l'impulsion de F. Magni, a pris un vif développement en plusieurs pays. Il s'agit de l'accouplement d'une marque de cycles avec une firme

¹ *Le Monde*, 18 mai 1963, p. 14.

² Étude publiée dans le *Courrier Hebdomadaire du Centre*, n^{os} 94, 95 et 111. De la même manière le centre a étudié « Le Football » même périodique n^{os} 122 et 126. Sur le sport-spectacle, voir les observations de *Time*, 21 décembre 1962, pp. 36-41 : tous les dimanches, de septembre à décembre, 40 millions d'Américains, dans les stades ou devant les écrans de T.V., sont capturés et ravis par le football professionnel, spectacle-sport par excellence des années 60.

qui, elle-même, n'a rien à voir avec la bicyclette proprement dite ou, plus généralement, le monde du vélo (affaires d'apéritifs, d'appareils ménagers, de percolateurs). Ces firmes assurent l'entretien de nombreuses vedettes du sport cycliste, celles-ci en échange faisant la publicité de leurs nouveaux employeurs principalement par le port en course de maillots frappés du signe ou de la marque de ceux-ci. Ainsi les coureurs deviennent-ils, selon une formule — un peu forte mais exacte — des « hommes-sandwichs » que l'on se dispute, du moins les vedettes, à coup de surenchères. Si, [p. 238] au début, les Fédérations sportives résistèrent à la formule, il semble bien qu'aujourd'hui la paix ait été faite entre les intérêts commerciaux et les pouvoirs sportifs.

Je n'entends pas rouvrir ici le vieux débat sur l'amateurisme et le professionnalisme — notions qui par leur imprécision même permettent bien des accommodements avec les règles (par exemple celle voulant que la participation aux jeux Olympiques soit réservée aux amateurs). Selon les spécialistes aucun athlète ne pourrait aujourd'hui atteindre à la classe internationale sans être aidé financièrement. Il y aurait ainsi trois sortes d'athlètes : athlètes d'État (pays communistes), athlètes d'Université (États-Unis), athlètes des sociétés commerciales (nombreux pays de l'Ouest). En somme l'obligation faite à l'athlète de choisir entre l'amateurisme et le professionnalisme conduirait inévitablement à « l'amateurisme marron ».

Il est possible que ce raisonnement soit juste mais dans ces conditions il serait souhaitable de réviser les règles et de mettre le droit en accord avec les faits (la solution étant d'admettre l'octroi des concours nécessaires au plein épanouissement des champions)¹. Par ailleurs l'admission du professionnalisme (ou de l'aide à l'amateurisme) sur une base plus large ou plus ouverte qu'aujourd'hui devrait s'accompagner d'un effort pour limiter l'influence corruptrice de l'argent dans l'activité sportive et notamment pour éviter à des hommes de jouer le rôle de supports publicitaires (sans oublier l'intervention néfaste du doping).

¹ On trouvera quelques informations chiffrées sur ces problèmes dans un article de C DARCEY, « La Bourse aux champions », *La Vie Française*, 10 janvier 1963, p. 1 et p. 26.

V. VALEUR DE LA NOTION D'USAGER

[Retour à la table des matières](#)

Le langage commun utilise désormais les termes « consommateur » et « usager » pour désigner les acteurs de la vie sociale analysés en cet ouvrage mais il est rare que l'emploi fait de chacun de ces mots corresponde à une différenciation précise entre les différentes situations qu'affrontent les utilisateurs finaux de biens et de services. Tout au plus, peut-on relever une certaine tendance à choisir le terme « usager » pour qualifier les bénéficiaires des facilités offertes par des sources durables de satisfactions collectives qu'elles relèvent du domaine public (« usagers de la route ») ou de services para-publics (« usagers des chemins de fer »). Faut-il se résigner à cette incertitude sémantique en voyant dans ce dualisme un moyen commode d'éviter certaines répétitions littéraires ou convient-il au contraire de préconiser un principe de distribution plus rigoureux ? ¹.

[p. 239] Si un tel principe doit prévaloir — et compte tenu de ce que les définitions sont nécessairement conventionnelles ou encore « décisives » — il faut choisir un critère de distribution des situations. Il peut paraître opportun à cet égard de raisonner en fonction de la nature des sources dont les hommes obtiennent les biens et services qui leur sont nécessaires, utiles ou simplement agréables. En apparence, ces sources sont très nombreuses mais finalement on peut les classer en deux catégories. Les unes qu'elles fonctionnent ou non sous le contrôle des autorités relèvent de l'initiative et de l'économie privée. Les autres trouvent leur origine dans une activité ou un ensemble de démarches qui, d'une manière ou d'une autre relèvent de la collectivité toute entière.

Cette distinction est à plusieurs égards significative. En premier lieu, elle permet de délimiter les frontières de la zone à l'intérieur de laquelle la satisfaction des besoins humains ouvre aux détenteurs des moyens de production la faculté de réaliser un enrichissement à leur avantage. Les entreprises de la collectivité — même si leur mode de gestion comporte l'effort de disjonction entre les prix de vente et les coûts de revient qui suscite l'apparition du bénéfice (cas de certaines exploitations publiques) — présentent la particularité de ne pas autoriser la constitution de profits privés. Un second avantage de cette distinction, en rapport étroit avec le trait précédent, est de fixer le secteur dans lequel il est concevable de faire participer les représentants des utilisateurs finaux aux décisions concernant l'activité considérée : exclue, par la logique même du système, de l'économie privée,

¹ Voir sur cette question une intéressante brochure de la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales, *Les organisations d'usagers dans la société*, Paris, s.d.

cette participation est plausible et on peut même la tenir pour souhaitable ou indispensable dès qu'il s'agit d'affaires ou de services de la collectivité.

Cependant, chacun de ces deux secteurs comporte des situations aberrantes par rapport à la ligne de séparation ainsi tracée. Sans oublier le secteur coopératif, on trouve dans la zone privée (ainsi au titre de l'action sociale) des œuvres d'inspiration privée dont les promoteurs ne sont pas nécessairement hostiles à l'idée de travailler en commun avec des représentants des bénéficiaires. D'un autre côté, le secteur public comprend des éléments qui, sans contribuer au profit privé, sont mus par la recherche de la rentabilité maximale (monopole fiscaux) : et dès lors, la venue dans ces organismes de délégués des acheteurs des produits en cause n'irait pas sans susciter des difficultés.

Ces considérations permettent de déterminer un ensemble d'institutions sociales et de services divers que, sans se soucier de la rentabilité financière, la collectivité — avec éventuellement l'aide de quelques éléments privés — édifie et fait fonctionner au profit de ses membres. Com-[p. 240] me tel, ce secteur se différencie de l'économie privée (auquel on peut sous cet angle ajouter quelques éléments du secteur public qui s'inspirent du même mobile). Dès lors, il n'est pas interdit de qualifier de groupes d'usagers les utilisateurs ou bénéficiaires de ces institutions et services en avançant l'idée que, compte tenu de la nature de ces centres, ces groupements ont une vocation prioritaire à être associés à leur gestion.

En somme, et sur ce point la démarche de la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales paraît juste, la mise en vedette sur de telles bases du concept d'usager implique la revendication que celui-ci jouisse de la qualité de gestionnaire. Il s'agit d'obtenir que l'usager, généralement traité en être passif auquel la société garantit des facilités sans lui demander avis et suggestions, acquière un rôle positif dans l'institution qui lui permette de participer aux décisions et, c'est au moins aussi important, l'oblige à prendre ses responsabilités.

En essayant de trouver la terminologie optimale, on peut se demander s'il ne serait pas désirable de conserver le terme « consommation » — et par conséquent celui de « consommateurs » — pour couvrir l'ensemble des satisfactions offertes aux hommes, ceux-ci étant des « clients » quand ils traitent avec le secteur commercial (essentiellement privé mais quelquefois aussi public) et des « usagers » quand ils ont affaire au secteur non-mercantile ou à préoccupation collective (celui-ci relevant surtout de la zone publique mais pouvant comprendre, en plus du secteur coopératif, certains éléments privés). Idéalement, cette distribution me semble fournir un principe d'interprétation cohérent du domaine analysé ici mais elle heurte trop les habitudes acquises pour avoir une chance de s'imposer. Et dès lors, sans pourtant l'accepter à titre définitif, je crois préférable d'admettre, dans le sens proposé, la terminologie dualiste consommateurs-usagers qui éclaire plusieurs aspects des problèmes.

L'enseignement constitue par excellence l'un des services dans lesquels il y a intérêt à associer les bénéficiaires à la gestion et, au minimum, à les consulter attentivement sur les difficultés rencontrées ainsi que sur les orientations envisagées. Dans le cadre des enseignements primaire, secondaire et technique, il revient aux groupements familiaux et plus particulièrement aux parents d'élèves d'assumer cette représentation. Notons que tout en témoignant d'un certain dynamisme pour l'étude des problèmes, les associations de parents d'élèves restent assez timides dans le choix des moyens d'intervention et de pression sur les autorités. Au surplus la concurrence que se livrent certaines d'entre elles n'est pas de nature à renforcer leur capacité d'influence à l'égard des pouvoirs publics. Au niveau de l'Université, c'est aux associations d'étudiants qu'il appartient d'exercer cette responsabilité. On sait que dans sa nouvelle composition, qui doit prendre effet à compter du mois de mars 1964, le Conseil Supérieur de l'Éducation Nationale comprendra notamment des représentants des associations de parents d'élèves et des groupements d'étudiants.

Autre élément récent de cette prise de conscience : la formation d'une association de Défense de la jeunesse scolaire qui, composée d'universitaires et de parents d'élèves, se propose d'agir pour que soit réalisé un allègement des programmes. L'association a pour vice-président le Secrétaire général de l'Association française de médecine et d'hygiène scolaire et elle fait état de divers rapports médicaux spécifiant les éléments d'un malmenage qui impose à ses victimes un effort de caractère pathologique. Son but est d'obtenir qu'il soit fait droit aux besoins fondamentaux de l'enfance et de l'adolescence. C'est là une revendication typique d'« usagers » dont la portée est accrue par la caution que lui apportent des techniciens éminents.

Plusieurs des domaines et institutions déjà étudiés relèvent, sans nul doute, de la formule des « groupes d'usagers » qu'il paraît légitime d'interpréter comme un effort pour étendre à de nouvelles branches les modes d'intervention qui particularisent le style syndical. Il en va ainsi pour l'ensemble des services socio-culturels, la sécurité sociale sous ses diverses formes, les H.L.M. et les grands ensembles d'habitation, les services publics essentiels qu'ils bénéficient ou non d'une autonomie de gestion (télécommunications, chemins de fer, électricité, eau, gaz...). C'est là un très vaste domaine dans lequel il serait particulièrement souhaitable que les usagers — et spécialement les familles usagères — acquièrent un statut de gestionnaire. Or, en certains domaines (H.L.M.), les autorités montrent aujourd'hui une tendance à agir de manière inverse.

Bien entendu, dans les domaines où la question est susceptible de se poser, toutes précautions devraient être prises pour que les usagers finaux, spécialement ceux de condition modeste, ne soient pas écrasés par les utilisateurs intermédiaires d'appartenance industrielle. Or nous verrons que dans les rares situations où un tel souci d'associer les usagers à la gestion a été pris en considération (industries

nationalisées), les consommateurs finaux ont été généralement réduits à la condition de simples figurants.

*
* *

[p. 242] Il me paraît utile de signaler ici le colloque tenu les 8 et 9 juin 1963 par les « usagers » de Paris dont l'organisation technique a été assumée par l'Association pour la Démocratie et l'Éducation locales et sociales (A.D.E.L.S.). Cette association qui compte dans son conseil d'administration des représentants d'associations familiales, d'organisations féminines, de groupements d'éducation populaire et des syndicalistes se propose de développer l'étude des problèmes relevant des collectivités locales, des institutions sociales. Elle entend favoriser les échanges d'expériences en ces domaines notamment par l'organisation de stages.

Le Colloque de Vincennes portait sur les problèmes humains de l'aménagement et du développement de la Région parisienne. Il a rassemblé près de 300 personnes avec la participation d'une vingtaine d'organisations parmi lesquelles (en dehors de l'A.D.E.L.S.) la C.G.T., la C.F.T.C., la C.G.T.-F.O., l'U.N.E.F., Peuple et Culture, la Fédération des Locataires, la Confédération Générale du Logement, Vie Nouvelle, des associations familiales et des maisons de jeunes, etc. Plusieurs des organisations présentes au Colloque ont décidé de former un Comité de Liaison et d'Information des Organisations d'usagers de la Région Parisienne (C.L.I.P.A.R.) ayant pour but de favoriser la convergence de leurs démarches et de développer l'information de leurs militants en ce domaine.

L'idée de base d'un tel rassemblement est que l'on ne saurait abandonner l'aménagement de la région parisienne aux seules démarches et impulsions d'une technocratie autoritaire¹. L'objectif immédiat était donc de définir, face aux pouvoirs publics, la politique que les usagers estiment la meilleure pour que cet aménagement réponde aux exigences humaines essentielles. Le Colloque avait été précédé d'une année de discussions ayant permis l'établissement de cinq rapports dont, à l'exception de celui consacré à la réforme administrative, les participants ont adopté la plupart des suggestions (limitation de la croissance de l'agglomération

¹ Intervient dans le même sens l'Association pour les Libertés Locales du Département de la Seine. Notons que les élus départementaux et communaux eux-mêmes reconnaissent que des aménagements doivent être apportés à l'organisation administrative. Cependant, d'après eux, c'est d'une insuffisance de moyens financiers dont l'État porte la responsabilité, que souffre surtout la région parisienne. Cette dernière observation mériterait d'être discutée, Paris absorbant sur tous les plans une part manifestement excessive de la substance française. Quant à la première remarque, c'est d'une refonte totale et non de modifications de détail que les structures administratives parisiennes ont besoin.

parisienne¹, mise en place d'une véritable planification régionale, participation démocratique des citoyens à l'élaboration des plans, intensification de la lutte contre la spéculation foncière dans la perspective d'une appropriation collective du sol à bâtir, doublement du rythme de la construction dans la région parisienne...). Ces recommandations ne constituent certes pas une « charte d'aménagement » qui reste à établir, mais les travaux préparatoires et les débats du colloque apportent déjà des matériaux utiles à l'entreprise.

Par sa nouveauté même, cette réunion méritait d'être analysée avec quelques détails. La réalisation d'un « front des usagers » cadre parfaitement avec la perspective adoptée dans cet ouvrage mais ce premier [p. 243] colloque montre les difficultés de constitution d'un tel rassemblement. Divers clivages se sont manifestés qui, sans mettre la formule en péril, risquent de diminuer le dynamisme du projet. Clivages dus d'abord au niveau et à l'intensité de l'engagement politique que chacune des associations invitantes ou participantes étaient prêtes à assumer : les unes s'attachant à mettre en lumière l'écart, que d'autres auraient préféré minimiser, entre les propositions faites au colloque et les orientations adoptées par le Gouvernement. Mais clivages dus aussi à la variété des préoccupations des groupes représentés (et dont l'éventail allait de l'action syndicale à l'éducation populaire). Or, chaque groupe est porté, par l'effet d'une pente naturelle et d'ailleurs légitime, à donner la priorité à son objectif fondamental : pour les syndicats, dans les circonstances présentes, l'amélioration du pouvoir d'achat passe avant et probablement bien avant les préoccupations d'aménagement régional. Dès lors, les positions prises à propos des secondes ne sauraient faire abstraction des exigences tactiques impliquées par la finalité essentielle.

En somme, c'est toujours le même problème : le parti ou syndicat global des usagers n'existe pas et sa constitution semble à beaucoup utopique. Dès lors, il faut cumuler plusieurs groupes et additionner plusieurs optiques pour en tenir lieu. Mais de tels rassemblements ne sauraient être exempts de quelques éléments d'ambiguïté, voir de certains facteurs de tension ou de certaines causes de contradiction.

¹ Selon un récent sondage réalisé pour le compte du District de la région de Paris les Français redouteraient une croissance accélérée des villes et en particulier de Paris – l'explication de cette méfiance à l'égard de la grande ville de demain trouvant probablement son origine dans les difficultés de la vie urbaine actuelle. 29% seulement des Parisiens consultés ont trouvé raisonnable la perspective pour l'an 2000 d'une région parisienne de 16 millions d'habitants dans une France de 70.

[p. 244]

CHAPITRE VIII

ORGANISME AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

ILS SONT nombreux et relèvent d'inspirations variées. La défense des consommateurs représentant désormais, au moins en principe, un thème à large audience d'assez nombreux groupements ont été fondés à cet effet et des organismes anciens placent désormais leurs activités dans cette perspective. Nous avons rencontré plusieurs de ces efforts tout au long du chapitre précédent. Je voudrais maintenant présenter, de manière plus détaillée, certaines zones d'action, non encore évoquées, de ces organismes.

Il ne suffit pas qu'un groupement se dise soucieux d'assurer la protection du consommateur pour qu'on soit obligé de le croire sur parole. En premier lieu, certaines de ces démarches ne sont que d'une portée très relative sinon même particulièrement incertaine. D'un autre côté, il n'est pas rare que cette formule dissimule en fait des intentions de *marketing* (le terrain de l'information du consommateur ouvrant la possibilité de réaliser des manœuvres ambiguës). À cet égard la présence dans les organes de gestion de représentants du secteur production-distribution ou encore, le financement par celui-ci des dépenses du groupe est un facteur qu'il faut soigneusement peser. Certes, l'information donnée par un groupe patronal (ou en fonction des directives de celui-ci) n'est pas nécessairement défavorable à l'acheteur : cependant il y a intérêt à tracer une frontière rigoureuse entre les deux genres.

L'un des arguments qu'opposent de tels organismes à des accusations de *marketing* est la présence dans leurs organes de gestion de représentants d'associations de consommateurs ou de groupements familiaux. Si celles-ci sont sérieuses et de bonne réputation, la preuve ainsi ap-[p. 245] portée n'est certainement pas négligeable. En somme, la réserve initiale qu'il paraît légitime d'observer à l'égard de ces organes — réserve qui est notamment en proportion de

la place occupée par les producteurs dans les conseils de gestion — ne doit pas se transformer en suspicion systématique. Le tout est d'apprécier sur pièces, et cas par cas, la valeur des démarches se disant inspirées du souci des consommateurs.

En règle générale, les unions de consommateurs (style « essais comparatifs ») témoignent de réticence et même parfois de prévention à l'égard de certaines de ces formules qui pourtant (ainsi l'étiquetage d'information) bénéficient d'une large diffusion dans des pays attentifs au bien-être des consommateurs (Scandinavie). Même si nous ne les retenons pas complètement, il y aura intérêt à écouter et à apprécier les critiques ainsi faites.

I. ANALYSE DE LA CONSOMMATION

[Retour à la table des matières](#)

Pendant longtemps, l'étude des phénomènes de la consommation et du comportement des consommateurs a été presque totalement négligé (les investigations sur les budgets des familles ouvrières et, plus tard les enquêtes de marché effectuées par les producteurs-distributeurs constituant presque les seuls efforts accomplis en ce domaine).

Cette indifférence devait être renversée sur l'impulsion de la théorie keynésienne qui, malgré toutes ses incertitudes et ses insuffisances a eu l'immense mérite d'appeler l'attention sur le rôle des dépenses de consommation dans la formation de la demande effective. Ce mouvement d'intérêt à l'égard des conduites des consommateurs a reçu une impulsion nouvelle et décisive par suite des tendances à la planification, le plan ne pouvant acquérir consistance et cohérence qu'à partir d'une connaissance suffisante des besoins actuels et prévisibles. D'où la formation de plusieurs organismes spécialisés dont je voudrais mentionner ici un tout petit nombre. Je citerai d'abord les organismes du secteur public pour mentionner ensuite ceux du secteur privé.

En France, le besoin d'une information précise sur la consommation est apparu après la dernière guerre dans le cadre de l'établissement de la comptabilité nationale et des plans de modernisation et d'équipement¹. Deux organismes ont pris une part décisive dans les efforts destinés à procurer aux autorités les informations indispensables : l'Ins-[p. 246] titut National de la Statistique et des Études Économiques (I.N.S.E.E.) et le Service des Études Économiques et Financières du Ministère des Finances. Créé dans le cadre du Commissariat du Plan, ce service

¹ Je m'inspire sur ces points du rapport déjà cité de P. LAGUIONNIE au Conseil Économique, *Étude des statistiques de la consommation*.

d'abord appelé Service de la Comptabilité Nationale a été transféré aux Finances en 1951, sa principale préoccupation dans le domaine qui nous occupe ayant été de dresser les comptes de ménages (tâche rendue fort difficile par les incertitudes caractérisant le compte d'affectation des ressources). On rappelle qu'en 1962 est intervenue une fusion partielle de l'Institut et du Service : une direction de la Statistique Générale a été créée à l'Institut au sein de laquelle on a institué une division spécialement chargée des études de la consommation.

Entre temps (1953) avait été fondé sur initiative du Commissariat Général à la Productivité un organisme spécialisé : le Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation (C.R.E.D.O.C.) dont les travaux ont été mentionnés à plusieurs reprises dans le premier titre de ce livre. Le C.R.E.D.O.C. qui dispose d'environ 60 chercheurs et techniciens a pour mission l'étude de la consommation et de façon plus générale l'analyse des modes de vie de la population. Parmi ses champs d'investigation spécialisée, je mentionnerai l'examen, fait en accord avec la Sécurité Sociale, de la croissance accélérée de la « consommation médicale » au sens large de l'expression (visites médicales, hôpitaux et cliniques, produits pharmaceutiques, thermo-climatisme).

J'ai déjà signalé les grandes enquêtes sur les problèmes de la consommation et du logement entreprises par le C.R.E.D.O.C. en collaboration avec l'I.N.S.E.E. Les données rassemblées, triées et interprétées, dans le cadre de ces recherches ont largement contribué au rajeunissement et, sur divers points, au renouvellement des idées en ces domaines. De nouveaux projets sont en cours d'exécution (en particulier une enquête conduite à la demande du Marché Commun qui portera sur l'ensemble des ménages et non plus seulement sur ceux des salariés).

Parmi les organismes qui ont le mieux contribué à introduire des conceptions originales et à rassembler des informations neuves, il faut citer l'Institut National d'Études Démographiques. Ses études, sur la pénalisation des familles nombreuses dans la distribution des revenus, le coût social de l'alcoolisme sous toutes ses formes et les inégalités dans l'accès à l'enseignement public, comptent parmi les plus solides et les plus courageuses qui aient été publiées dans ce pays¹. Il existe un certain nombre de slogans sur les tendances à une égalisation spontanée de la condition humaine dans les sociétés capitalistes avancées dont les analyses de l'I.N.E.D. interdisent aux esprits impartiaux de faire état².

¹ L'I.N.E.D. présente normalement les résultats de ses recherches dans la revue *Population* dont un index général couvrant la période 1946-1959 a été publié en décembre 1960 sous forme de numéro spécial de la revue. Parmi les ouvrages édités dans la série « Travaux et documents » je mentionnerai spécialement : BENARD (J.), *Vues sur l'économie et la population de la France jusqu'en 1970*, Paris 1953 (analyse de facture et d'inspiration alors très neuves).

² Parmi les autres organismes susceptibles de contribuer à la connaissance de la consommation on peut citer la Direction des Affaires Commerciales (Bureau Central des statistiques commerciales) du Ministère des Finances et Affaires Économiques qui renseigne sur la consommation grâce aux

[p. 247] Au cours des dernières années plusieurs organismes privés se sont attachés à l'étude des problèmes de la consommation soit en vue d'accroître les connaissances disponibles en ce domaine soit en liaison avec des efforts de promotion commerciale. Ainsi le Centre d'observation économique de la Chambre de Commerce de Paris qui établit, des statistiques de la consommation et procède à l'étude de certaines conduites des acheteurs (spécialement celles des ménagères sur les marchés). J'ai déjà évoqué dans le précédent chapitre le cas des panels de consommateurs et des conseils de clientes. Parmi plusieurs autres efforts de cet ordre, je voudrais encore signaler le Comité d'action pour la productivité dans l'assurance qui s'attache à l'étude de la consommation des différentes catégories d'assurances selon les régions et les milieux sociaux.

Je mentionnerai enfin le Centre de la socio-économie. Son directeur P. Vinot a établi une méthode de « radiographie du pouvoir d'achat » qui permet d'illustrer le contraste entre les notions de salaire (le pouvoir d'achat à l'émission tel qu'il est versé par le patron au travailleur) et le niveau de vie (le pouvoir d'achat à la réception, tel que le salarié dans son foyer peut le dépenser et en tirer satisfaction) : ces recherches montrent que l'un des principaux facteurs qui marquent la répartition des dépenses est la situation de famille (le chef d'une famille nombreuse étant tenu de répéter plusieurs fois les dépenses de base tandis que le célibataire n'ayant à le faire qu'une fois disposera, à qualification égale, d'une capacité bien plus grande de se livrer à des dépenses secondaires de confort et d'aisance) ¹.

Sur le plan de l'analyse théorique, le Centre s'élève contre la division des faits de la vie sociale en deux séries : l'« économique » et le « social ». La création de la socio-économie correspond à la prise de conscience de cette unité indivisible. Le Centre avance également la notion de « consommativité » qui doit être à la consommation ce que la productivité est à la production. L'un des principaux objectifs que se propose d'atteindre la socio-économie à partir de la notion de consommativité est de faire l'étude des consommations non accomplies, des besoins insatisfaits et des demandes virtuelles. Il ne sera pas besoin d'insister sur l'importance du repérage et de l'évaluation de ces « valeurs négatives » en une époque que l'on nous présente comme celle de l'avènement de l'abondance. En se livrant à une telle démystification, la socio-économie est susceptible de rendre aux consommateurs des services de grande importance.

informations qu'elle recueille auprès des entreprises soit directement, soit par le truchement des organisations professionnelles.

¹ Pour un exemple de la méthode, voir *Bulletin Sedeis*, n° 692 (15 février 1957) et n° 799 (10 octobre 1961).

[p. 248]

II. ÉTIQUETAGE D'INFORMATION

[Retour à la table des matières](#)

On a déjà signalé les difficultés qu'éprouve le consommateur à avoir une connaissance même élémentaire des produits qui lui sont offerts. Celles-ci sont accrues, jusqu'à devenir insolubles, par la prolifération des produits nouveaux et aussi par la tendance des firmes à modifier sans cesse, ne serait-ce que dans la présentation et l'emballage, les différents articles de leur fonds.

D'où la mise en œuvre de la formule dite de l'étiquetage d'information dont le fondement est de garantir à l'acheteur d'une part l'objectivité et le bien-fondé des renseignements portés sur l'étiquette, d'autre part l'identité entre les spécifications et les caractéristiques réelles du produit.

Cette pratique est très en honneur dans les pays scandinaves où divers organismes ont été spécialement constitués à cet effet. Le mieux connu de ceux-ci est l'Institut pour l'étiquetage d'information qui fonctionne en Suède. Fondé en 1951, l'institut qui est l'une des organisations indépendantes affiliées à l'Association suédoise de normalisation est administré par un Conseil dans lequel sont représentés, d'une part les producteurs-distributeurs (industrie, artisanat et petite industrie, agriculture, commerce de gros et d'importation, commerce de détail et commerce coopératif), d'autre part les consommateurs (les intérêts de ceux-ci étant défendus par les syndicats d'ouvriers et d'employés ainsi que par les organisations de ménagères). Y figurent aussi des délégués d'organismes à vocation technique tels que l'Institut National des Tests industriels et l'Association de Normalisation). C'est le gouvernement qui nomme le président de l'Institut le vice-président étant élu par le conseil.

L'Institut est financé à la fois par des subsides publics et des subventions des organisations membres ainsi que par les redevances obtenues des firmes qui utilisent sa marque — ces dernières ainsi que les organisations représentées au Conseil lui accordant souvent le bénéfice gratuit de leurs laboratoires et de leurs experts. L'Institut considère que ce système d'étiquetage sur les aspects techniques duquel je reviendrai au chapitre suivant ne suffit pas à donner aux consommateurs tous les renseignements dont ils ont besoin : d'où la réalisation par ses soins d'un programme étendu d'éducation des acheteurs (distribution de brochures expliquant l'étiquetage d'un groupe particulier de produits, tenue d'expositions...).

[p. 249] Les méthodes de l'Institut diffèrent considérablement des systèmes d'essais comparatifs réalisés par les unions de consommateurs. C'est ainsi que l'initiative du recours à l'étiquetage revient à la firme intéressée. En réalité, il s'agit d'un mode de protection des intérêts des consommateurs avec la collaboration des

firmes industrielles et commerciales dont nous verrons plusieurs exemples dans ce chapitre. Il y a une nette différence entre l'esprit et les méthodes d'un syndicalisme de consommateurs et cette formule de coopération des divers intérêts en présence.

Pour le Danemark, j'ai déjà signalé l'attention portée aux problèmes de l'étiquetage par le Conseil des Ménagères danoises. Il y existe aussi depuis 1957 un Institut pour l'étiquetage d'information dont fait partie le Conseil des Ménagères. En Norvège, c'est le Conseil des consommateurs qui a pris l'initiative de la création (décembre 1954) d'un Institut pour l'étiquetage d'information et les certificats de qualité.

Les Instituts danois et norvégiens ressemblent beaucoup à leur homologue suédois. Ils réunissent les fédérations des industriels, des grossistes et des détaillants, les groupements de consommateurs et les syndicats, plusieurs instituts d'essais et de recherches et les organismes nationaux de normalisation. Leurs activités sont financées en partie par des subventions publiques et en partie par les fédérations d'industriels et de commerçants. Les frais d'essais sont couverts par les firmes qui utilisent le système d'étiquetage de l'Institut, le recours à celui-ci demeurant facultatif. Durant ces premières années de fonctionnement, l'institut norvégien s'est limité à la formule de l'étiquetage d'information. On notera finalement que l'adhésion des producteurs au système varie assez sensiblement d'un secteur à l'autre (pratiquement totale pour certaines branches, de l'ordre de 10% seulement pour quelques autres).

III. CERTIFICATION DE QUALITÉ

[Retour à la table des matières](#)

Sans entrer pour le moment dans l'analyse de la notion complexe et confuse de la qualité, je voudrais présenter ici les organismes qui délivrent des marques ou labels dont l'apposition sur un produit a pour but de certifier à l'acquéreur éventuel les qualités de constitution et d'usage de celui-ci. Il s'agit en somme de lui indiquer, par un symbole aisément identifiable, que l'article considéré possède bien les diverses aptitudes nécessaires à son emploi.

[p. 250] Il existe aujourd'hui une profusion de labels sur le marché : multiplication volontiers abusive, qui n'est pas sans créer beaucoup de confusion dans l'esprit de l'acheteur. Parmi les multiples types en usage, je mentionnerai sans probablement donner une vue exhaustive : label qu'une entreprise s'attribue à elle-même ; label que des producteurs de matières premières créent pour développer leur marché ; label qu'une organisation professionnelle (ou éventuellement un « club » crée et gère par elle-même au profit de ses membres) ; label délivré par des organisations spécialisées.

Les trois premiers types quelle qu'en soit la valeur technique sont de purs instruments de promotion des ventes et de soutien du marché. La marque ordinaire a pour but essentiel de distinguer les marchandises ainsi désignées de celles identiques ou analogues fabriquées ou débitées par une autre source. Autrement dit, la marque indique que l'article sort d'un certain établissement et le distingue des produits d'établissements concurrents. Encore que la marque, telle que manipulée par la publicité serve de support à des pratiques dommageables pour le consommateur (concurrence monopolistique) il n'est pas possible d'en contester la légitimité : en particulier elle est censée garantir une constance dans la fabrication. L'apposition d'un label ou marque de qualité qui s'ajoute à la marque ordinaire ou peut éventuellement en tenir lieu a une plus grande ambition : il s'agit d'ajouter au produit un facteur de prestige ou plus modestement une idée de haute ou de bonne qualité ¹.

Tel est justement l'objectif des organisations de délivrance des marques ou labels de qualité qui, tout en collaborant avec les firmes intéressées, se disent et se veulent indépendantes dans la préparation et la formulation de leurs appréciations. Ces organisations s'efforcent de concilier les exigences du secteur de la production avec les besoins des consommateurs. De même que les instituts d'étiquetage, ce sont des organismes de collaboration entre les divers intérêts en présence (ce qui leur vaut le reproche des unions de consommation — dont nous discuterons plus tard le bien fondé — de constituer des instruments déguisés de *marketing*).

Comme prototype de ces organismes, je citerai Qualité-France, Association Nationale pour la Défense de la Qualité Française. C'est une association sans but lucratif, fondée en 1948, sur l'impulsion du Commissariat général à la Productivité. Ce groupe qui est dirigé par un conseil comprenant des représentants de l'administration, de la production, du commerce et de la consommation a bénéficié jusqu'en 1957 d'une subvention du Commissariat (représentant un pourcentage décroissant d'une année à l'autre [p. 251] du total de dépenses). Depuis cette date Qualité-France équilibre exclusivement son budget à l'aide de redevances versées par les entreprises contrôlées.

Cette association dont le développement initial a été assez lent (son entrée en action étant conditionnée par une demande des producteurs intéressés) possède un signe distinctif (une étoile à sept branches surmontée d'un F) pour la désignation des produits agréés : mais, au lieu de s'en tenir à l'affirmation péremptoire que serait la simple apposition de ce signe sur le produit en cause (niveau primaire de

¹ Si l'on en croit les producteurs et aussi divers commentateurs la marque dite de haute renommée apporterait à l'acheteur, en supplément des assurances que lui vaut la marque ordinaire, une garantie de bonne qualité — celle-ci étant entendue non pas au sens de la meilleure qualité mais d'une qualité suffisante pour éviter tout risque de déconvenue. Sur ces problèmes, voir PILLET (A.), *Les grandes marques*, Paris 1962. Voir aussi JATON (M.), *La protection des marques de renommée au regard du droit suisse*, thèse Droit, Lausanne (1961).

l'information), elle procède par la délivrance de « notices de qualité » qui, incorporées ou attachées à ce dernier, ont pour but d'informer loyalement le consommateur des caractéristiques réelles des produits et de lui permettre de choisir, en connaissance de cause, les objets correspondants à ses besoins propres (information proprement dite).

Pour l'agriculture, il existe une Association Française pour l'Expansion de Produits Agricoles de Qualité Garantie. L'Association qui était à l'origine l'un des services de Qualité-France est devenue autonome en 1958 (une convention en date du 17 octobre passée avec les pouvoirs publics lui donnant un caractère semi-officiel). Selon un accord conclu avec Qualité-France, l'Association s'occupe de produits agricoles naturels et de ceux de première transformation (ainsi concentré de tomates...), la première restant compétente pour les articles de deuxième transformation (biscuits par exemple). L'Association poursuit un double but : augmenter la qualité des produits agricoles et accroître les débouchés en fonction de la qualité. Selon cet organisme, la solution du problème de la qualité agricole résiderait dans le groupement des efforts déjà faits dans des directions diverses (hygiène, normalisation, appellation d'origine) et l'adjonction à ceux-ci de mesures concernant les qualités dégustatives. L'Association préconise la constitution des syndicats agricoles de défense de marque par les producteurs qui réalisent dans une aire géographique déterminée une production originale susceptible d'être reconnue de qualité ¹.

Je citerai dans l'ordre des produits agricoles mais simplement pour mémoire l'existence d'un Institut National des Appellations d'origine des vins et eaux de vie (dont la création remonte à un décret loi du 30 octobre 1935) et d'une Association Nationale des Appellations d'Origine Agricole qui, fondée en 1949, joue un rôle analogue à celui de l'Institut pour tous les autres produits alimentaires bénéficiant d'appellations contrôlées. Ces organismes dont l'un des objectifs est d'agir sur les associations de producteurs en vue d'affiner et de maintenir l'originalité [p. 252] des produits ne sont pas des organismes de protection des consommateurs. De plus, il faut bien admettre qu'en dehors d'un certain nombre de vins et de fromages, le produit d'« appellation contrôlée » est souvent assez décevant pour le consommateur qui est conduit à payer un prix plus élevé que ne le justifierait la qualité effective.

Une formule d'inspiration analogue à celle de Qualité-France est utilisée en Belgique par l'Office pour le contrôle de la qualité « Quality Control ». Fondé le 5 Mai 1952 sous forme d'une société coopérative, l'Office est administré par un conseil qui comprend actuellement 24 membres : 12 au titre de la consommation

¹ En septembre 1962 on relevait l'existence d'une quarantaine de syndicats couvrant les fruits (Pêches de Fréjus, Pruneau d'Agen...), les légumes (Carottes de Créances, Tomates de Marmande...), les produits animaux (Poulet jaune des Landes, Agneau de Nîmes...).

(représentants de la Ligue des Familles Nombreuses), 4 au titre des « Universités et Laboratoires », 4 au titre de la production et 4 au titre de la distribution. De plus, les pouvoirs publics y délèguent quatre « observateurs » en vue de suivre, de plus près, le travail accompli par l'Office (la transformation de ceux-ci en « commissaires » étant envisagée). On notera que la plus large part du capital de la société est dans les mains du secteur consommation qui détient, de toute manière, le contrôle de l'activité de certification entreprise par l'Office.

Au 31 août 1963, l'Office qui a connu une progression certaine au cours des dernières années contrôlait 330 produits provenant de 145 producteurs — ce qui, en tenant compte des marques et sous-marques représente plus de 600 articles de consommation. J'ai déjà signalé qu'un accord avait été conclu entre l'Office et la Ligue des Familles Nombreuses (celle-ci ayant jugé que sur le plan technique la formule de la norme de qualité est celle qui, mieux que le système des tests comparatifs, garantit à l'acheteur ordinaire une information sûre et impartiale ¹).

L'Office dispose d'un comité technique composé d'environ vingt cinq professeurs d'enseignement technique et de techniciens spécialisés qui, participant à l'entreprise à titre bénévole, sont répartis en un petit nombre de sections (alimentations, chimie, textile...). C'est le comité qui, d'une part, arrête la liste des critères de qualité et, d'autre part, sur la base des essais effectués et des rapports présentés étudie, agréé ou refuse les produits. Les produits agréés font l'objet d'une cotisation annuelle versée par les producteurs (les frais d'analyse et d'étude étant dans tous les cas à la charge du producteur). L'agrément se manifeste en dehors de l'octroi du label de l'Office par la délivrance de notices de qualité descriptives des produits et de leurs usages. Contrairement aux règles posées par les groupes qui se livrent à des tests comparatifs, les organismes qui délivrent des marques de qualité (Qualité-France [p. 253] comme l'Office belge) encouragent les industriels à faire état de la certification dans leur propre publicité.

Devant analyser ce problème plus loin, je ne m'arrêterai pas ici sur la valeur respective des essais comparatifs et des labels de qualité pour la défense des consommateurs. On peut cependant admettre que la présence majoritaire de la Ligue des Familles Nombreuses dans l'Office, dont le but reste d'obtenir une reconnaissance officielle par les pouvoirs publics constitue, par elle-même, une sérieuse garantie au profit des utilisateurs des produits agréés. L'esprit du système de la certification rend pratiquement nécessaire la présence du secteur production-distribution dans l'organisme : mais ce dernier perdrait sans aucun doute sa vocation

¹ Voir *Le Liqueur* du 27 novembre 1959 dans lequel le président général de la Ligue définit « Quality control » comme « l'instrument scientifique indispensable » qui doit permettre à la Ligue de mener à bien sa tâche d'information des familles consommatrices. Pour une comparaison des deux systèmes (à l'avantage de celui de la certification de qualité) voir *Le Liqueur*, 28 juin 1963, pp. 1 et 5.

à agir au profit des consommateurs si la consommation n'y disposait pas, directement ou indirectement d'une large majorité.

Un organisme analogue avait été constitué en Italie sous le titre de Istituto Qualità Italia. Il ne semble pas que les résultats attendus aient été obtenus et l'Istituto, qu'il existe encore ou ait été dissous, n'est plus reconnu comme un des leurs par les autres organismes européens. Mentionnons la récente fondation en Espagne d'un organisme dit Calitax Control de Calidad, constitué sous la forme d'une fondation dont l'objet est de « promouvoir la qualité des produits espagnols, de les défendre sur le marché intérieur et sur le marché extérieur et d'orienter les consommateurs quant à la qualité des produits offerts sur le marché » (Art 1 des statuts). La fondation Calitax aurait déjà agréé une quarantaine de produits.

Pour l'Allemagne, on note la présence d'un organisme, le RAL, office allemand pour l'agrément de la qualité, qui, fondé en 1925 sous la forme d'une simple société de droit privé, est devenu en 1952 l'organisme central de la protection de la qualité. Selon un accord conclu le 22 septembre 1962 entre le RAL et la Commission allemande des normes, le premier constitue désormais un comité de la seconde et, du point de vue technique, ses activités ne se différencient plus de celles des autres Comités appartenant à la Commission.

Le RAL, compte tenu de la liberté de gestion dont bénéficient les firmes dans l'économie allemande contemporaine, entend déployer une action pragmatique qui soit exempte de toute préoccupation doctrinaire et de toute intention dirigiste. Son action est basée sur des accords librement consentis avec les divers milieux économiques intéressés. Ces conventions stipulent des réglementations de qualité, qu'elles se bornent à constater les normes en usage ou qu'elles en prévoient de nouvelles (les dites réglementations étant fréquemment soumises à une procédure de contrôle).

[p. 254] Le RAL n'intervient pas lui-même comme organe de reconnaissance de la qualité et par conséquent ne distribue pas de marque inter-branche. Il charge de cette mission des communautés de défense de la qualité contrôlée qui se fondent sous sa surveillance et sont actuellement au nombre d'une soixantaine (25 dans la construction, 15 au titre de l'alimentation et de l'agriculture, 10 pour les textiles...). La création d'un nouvel insigne de qualité est soumise à l'agrément du RAL qui vérifie les conditions particulières d'octroi et d'utilisation, les critères de qualité et les prescriptions de contrôle. Seuls les producteurs qui prennent l'engagement de remplir les conditions posées peuvent utiliser les insignes de qualité délivrés par les communautés (ces insignes étant créés sous forme d'insignes communautaires par branches ou pour des groupes de marchandises pris dans leur ensemble). Les communautés exercent un contrôle constant pour garantir le respect des prescriptions (les manquements étant punis et les abus faisant l'objet de poursuites). Le RAL assure une mission de supervision générale dont l'objectif

majeur est que tout insigne de qualité constitue pour l'acheteur un guide digne de confiance.

Le conseil d'administration du RAL est composé pour la plus large part de délégués des fédérations industrielles et commerciales ou organismes assimilés, mais y siègent aussi les représentants de l'État, des villes, des consommateurs, des syndicats d'ouvriers et des employés... Sans être prépondérant, le point de vue de la consommation est donc représenté dans cet organisme.

*
* *

Au mois de janvier 1962 les quatre organisations que je viens d'examiner (Qualité-France, Qualité Belgique, Calitax et RAL) ont décidé de créer une Conférence Internationale Permanente de la Qualité dont l'existence a été rendue publique lors d'une réunion tenue à Francfort les 7 et 8 mai 1962. Cette démarche avait été précédée de conventions entre certaines d'entre elles (ainsi accord entre Qualité-France et Qualité-Belgique en mai 1958 et d'un congrès international de la Qualité tenu à Barcelone en novembre 1961). Depuis lors, ces organismes se sont mis d'accord sur une « Déclaration commune » destinée à servir de charte à la certification de qualité.

Cette déclaration qui rassemble l'expérience acquise au cours de la dernière décennie met l'accent sur l'information objective des consommateurs comme but premier de l'activité entreprise. Tout en maintenant le principe que le fonctionnement du système repose sur la coopération [p. 255] active des producteurs, distributeurs et consommateurs, la déclaration — dont le texte a été définitivement adopté lors d'une réunion plénière tenue à Paris en mars 1963 — souligne que la promotion actuelle de la qualité doit principalement bénéficier aux consommateurs, l'objectif du système de certification étant de valoriser le pouvoir d'achat. La déclaration souligne expressément que la prise en considération des réglementations et des normes tant nationales qu'internationales constitue l'un des éléments de l'élaboration des critères et, éventuellement des seuils de qualité.

Lors d'une réunion tenue en juin 1963 à Paris, la conférence a été transformée en Centre International pour la Promotion de la Qualité, le changement de nom ayant pour rôle de mettre en valeur la cohésion des membres et de souligner le caractère permanent de l'organisme auquel a donné son adhésion un organisme néerlandais l'Instituut tot Voorlichting bij Huishoudelijke Arbeid qui contrôle près de 450 produits. L'Office belge a été chargé de représenter le Centre auprès de la Communauté Économique Européenne. Des liaisons ont été établies avec des organismes poursuivant des buts similaires en d'autres pays (notamment Scandinavie).

IV. NORMALISATION DES PRODUITS

[Retour à la table des matières](#)

À diverses reprises, j'ai signalé l'étroitesse des liens qui unissent certains groupements ou institutions d'étiquetage d'information et de certification de la qualité aux organismes de normalisation. Ces rapports sont révélateurs de la tendance de ceux-ci à se placer dans l'optique du consommateur final. Je voudrais d'abord marquer le sens de cette démarche et présenter ensuite quelques exemples d'application.

Dans son contenu propre, la normalisation a pour objet d'une part d'unifier matériels, méthodes et terminologie, d'autre part de substituer à des modèles trop divers des types standard logiquement définis. Sous cet aspect elle se présente comme une discipline de définitions assurant l'interchangeabilité et l'intelligence réciproque : c'est un instrument de productivité industrielle qui garantit une simplification des opérations de production et d'échange, une diminution des pertes de matière et de temps.

Cependant, la normalisation peut être considérée sous un autre angle [p. 256] dans la mesure où les normes ont pour objet d'assurer l'aptitude à l'emploi. La réglementation normalisée dès lors qu'elle porte sur le bon fonctionnement de l'appareil, la standardisation des dimensions, l'économie dans le fonctionnement par élévation du rendement... constitue indubitablement un élément, mieux peut-être un outil de la politique de qualité. Dans cette perspective, il est possible de considérer que les marques de conformité aux normes délivrées par les organismes nationaux de normalisation constituent pour l'acheteur éventuel une garantie de qualité (totale ou seulement partielle, nous discuterons ce point plus tard).

Dans divers pays la normalisation est une affaire largement privée (ainsi aux États-Unis où ce sont jusqu'à un certain point les normes adoptées par les affaires les plus puissantes qui finissent par être codifiées). Ailleurs, la normalisation est de plus en plus considérée comme une entreprise d'intérêt collectif à laquelle il est souhaitable que, d'une manière ou d'une autre, les pouvoirs publics soient associés. À l'époque récente, plusieurs organismes de normalisation ont montré une propension croissante à tenir compte du point de vue des consommateurs, les exemples britanniques et français méritant à cet égard une mention spéciale.

La British Standards Institution a été créée en 1901 en vue d'élaborer des normes pour les produits nécessaires à l'industrie. Le but principal de cet organisme qui est financé à la fois par le gouvernement et l'industrie est d'élaborer et de publier les normes nationales britanniques, chaque norme étant le résultat d'un accord conclu

entre les représentants des producteurs, des distributeurs et des utilisateurs. L'emploi de ces normes, dont il existe plus de 3 000 est facultatif.

Depuis la fin de la dernière guerre, la British Institution a publié un nombre croissant de normes relatives aux biens de consommation que le grand public achète dans les magasins. Cet effort a porté sur deux grands domaines : les biens d'équipement durable d'un prix élevé et les marchandises pour lesquelles les considérations de sécurité sont un élément important d'appréciation (ainsi appareils et accessoires électriques, casques de motocyclistes...). Les produits, dont cet organisme s'est assuré par contrôle de l'usine et réalisation d'essais, qu'ils sont fabriqués conformément à la norme correspondante, peuvent porter soit le numéro de la norme, soit la marque de conformité dite « Kite Mark ».

La British Institution qui, au niveau des produits destinés à l'industrie, n'avait pas connu de difficultés pour obtenir une représentation satisfaisante des utilisateurs a rencontré des problèmes délicats quand il s'est [p. 257] agi de réaliser la même pratique pour les destinataires finaux de biens de consommation. Aussi a-t-elle créé dès 1951 un Women's Advisory Committee composé de représentants de 22 organisations féminines (qui rassemblent en tout 3 000 000 de membres). Cette commission consultative qui a formé plusieurs sous-commissions spécialisées a pour but de recueillir les vues des organisations qui la constituent, de soumettre des propositions en vue de la préparation de nouvelles normes et d'étudier les projets de normes intéressant les femmes britanniques. Parmi les propositions de création de normes supplémentaires ou de modification des normes existantes pour les biens de consommation, beaucoup procèdent ainsi des résolutions votées lors des assemblées annuelles des groupements féminins.

En vue d'augmenter la représentation des consommateurs auprès d'elle, la British Institution a fondé en 1955 l'Advisory Council on Standards for Consumers Goods. Il comprend huit membres de la commission consultative des femmes ainsi que des personnalités connues pour l'intérêt qu'elles portent aux problèmes de la consommation et qui siègent à titre personnel. Un des premiers sujets examinés par le Conseil a été celui de l'étiquetage d'information. Enfin, depuis 1957, ce dernier a pris pied dans le domaine des essais comparatifs (envoi aux particuliers contre versement d'une cotisation assez légère d'une publication bimensuelle le *Shopper's Guide* où figurent des comptes rendus d'essais afférents à des produits dont le nom du fabricant est indiqué ainsi que des renseignements d'ordre général). Les essais ont porté sur de nombreuses séries de produits (articles ménagers durables, articles non durables comme les teintures et des détergents synthétiques, denrées alimentaires, vêtements, cigarettes...). Le Conseil apporte gratuitement son aide aux membres et au public dans le cas où le produit acquis ne donne pas satisfaction ¹.

¹ Pour une vue détaillée de ces activités, se reporter à GUNDREY (E.), *Your money's worth, A handbook for consumers*, Penguin Books, 1962.

Au cours des dernières années, une rivalité très vive a opposé les responsables de cette entreprise aux dirigeants de la Consumers Association pour lesquels l'œuvre de l'Advisory Council ne peut être tenu, en raison de la place de l'industrie dans la British Institution, comme un effort entièrement désintéressé de protection des consommateurs. La bataille s'est déroulée particulièrement au niveau des deux journaux : *Shopper's Guide* et *Which* : elle a tourné entièrement à l'avantage du second qui tire désormais à 350 000 exemplaires tandis que le premier dont la diffusion était de l'ordre de 40 000 a cessé de paraître en mai 1963 (un essai pour relancer ce magazine par un éditeur commercial au début de l'année ayant été voué à l'échec). Certes le *Shopper's Guide* [p. 258] a joué à plusieurs égards un rôle de pionnier mais le fait d'être placé dans la mouvance de la British Standards Institution au sein de laquelle la grande industrie détient une influence considérable a eu pour effet d'imposer à son *editor* des restrictions contrastant avec la totale liberté de manœuvre de *Which*.

En France, l'organisme compétent est l'Association Française de Normalisation fondée en 1926 et reconnue d'utilité publique. Celle-ci, dont le conseil comprend des représentants de l'industrie, du commerce, des consommateurs, des administrations et des centres techniques, bénéficie d'une subvention de l'État qui complète ses ressources propres. L'Association poursuit son activité sous la surveillance du Commissariat à la Normalisation (service public rattaché au Ministère de l'Industrie et dont l'action s'exerce en particulier par le truchement d'inspecteurs et de délégués régionaux). L'Association coordonne et centralise tous les travaux et études relatifs à la normalisation, ceux-ci étant effectués par des bureaux et services spécialisés dont il existe environ trente-cinq (juin 1963). Citons à titre d'exemple le Bureau des normes de l'automobile, le Service de normalisation des Houillères et l'Institut technique de l'électricité (qui travaille en association avec le Comité Électrotechnique Français).

L'activité de l'Association de normalisation consiste d'abord dans la définition de normes françaises qui intéressent toutes les catégories de produits et notamment ceux de l'économie domestique. L'homologation d'une norme par arrêté du Ministère de l'Industrie résulte d'une procédure administrative complexe (comportant en particulier la mise à l'enquête publique pendant un délai de six mois). Il arrive qu'une norme française homologuée fasse l'objet d'une mise en application obligatoire (généralement pour des raisons de sécurité). De plus, l'Association délivre une estampille de conformité aux normes (marque N.F. qui a été créée par un décret-loi du 12 novembre 1938). Ces insignes de qualité dont le domaine s'est progressivement étendu sont gérés par des comités particuliers qui, dans le cadre de directives tracées par un comité national, instruisent les demandes, font exécuter des contrôles par des laboratoires ou des experts, proposent toutes sanctions éventuelles. Il existe un Comité National de la marque N.F. dans lequel siège maintenant un représentant de l'Union Fédérale de la Consommation.

L'Association Française de Normalisation qui a désormais pour politique d'introduire des représentants des consommateurs dans les commissions qui étudient les projets de normes estime qu'elle est l'organisme le mieux placé et le plus compétent pour promouvoir comme pour réa-[p. 259] liser une politique de la qualité. Selon elle, normalisation équivaut à qualité, et l'instrument de mise en œuvre de cette équivalence est la marque N.F. de conformité aux normes — les initiales N.F. étant volontiers associées soit avec une autre marque N.F.-A.T.C. (Association Technique du Gaz), N.F.-F.N.A.F. (Fédération Nationale des Activités Frigorifiques) soit avec un mot caractéristique N.F.-Cahiers Scolaires, N.F.-Cuisson. Il existe aujourd'hui vingt-cinq de ces estampilles dont la première a été créée en 1945 et dont le rythme d'accroissement ne dépasse pas une ou deux par an, l'essentiel de l'effort étant d'abord consacré aux biens d'équipement durable. L'emploi de la marque est subordonné à l'octroi d'une licence (environ 8 500 délivrées à 2 250 producteurs français).

L'Association qui insiste sur la rigueur de ses méthodes de travail estime que la marque de conformité permet à l'acheteur de sélectionner les articles sur lesquels il peut porter son choix en toute confiance ceux-ci faisant l'objet d'un contrôle systématique : elle est par contre assez sévère sur les procédés utilisés par les autres organismes de certification de la qualité ¹.

Renvoyant au chapitre suivant l'examen de cette controverse, je signalerai, sans oublier les liaisons étroites entre la normalisation allemande et le RAL, que les organismes de normalisation belges ont choisi de suivre une politique différente à l'égard de Quality Control. Le 27 mai 1963, en effet, a été conclu un protocole d'accord entre le Comité Électrotechnique belge qui délivre l'estampille CEBEC et l'Office pour la Qualité. Le point important de cette convention réside en ce que l'action de contrôle sur la valeur d'usage d'appareils électriques qu'exerce l'Office est présenté comme le complément de l'estampille de qualité. Le protocole subordonne, en conséquence, l'octroi de l'insigne de l'Office aux appareils électriques à la délivrance préalable de l'estampille CEBEC et, également, à l'exécution par le Comité lui-même ou, à sa diligence, des essais correspondant aux diverses exigences mises par l'Office à son agrément.

¹ Voir, par exemple, une étude d'un directeur de l'Association, R. FRONTARD, « Rôle de la normalisation et de la marque nationale N.F. dans une politique de qualité », *Courrier de la Normalisation*, janvier-février 1961, pp. 28-34. Pour une étude d'ensemble du problème, voir le numéro spécial du *Courrier*, septembre-octobre 1963, « 25 années de marque nationale ». Selon une information donnée p. 506, le chiffre d'affaires global annuel des produits présentés à la vente sous la garantie d'une estampille N.F. a pour la première fois en 1963 dépassé le chiffre d'affaires de la plus grande firme de France. En 1961 a été créé un fonds de propagande pour la marque N.F. soutenu par les organismes représentatifs des grandes sources d'énergie et divers autres groupes.

Ce premier accord a été suivi en date du 25 juillet 1963 d'un accord plus large avec le Comité de la marque BENOR. Ce comité créé par l'Institut belge de normalisation a été autorisé par arrêté royal en date du 10 avril 1954 à délivrer la marque de conformité BENOR aux produits conformes à des normes belges — cette délivrance s'effectuant par l'intermédiaire d'organismes spécialisés qui collaborent avec le Comité dans le cadre d'un règlement général d'usage et de contrôle (organismes actuellement au nombre de sept : Institut Belge des hautes pres-[p. 260] sions pour les manomètres ; Technigaz pour les appareils domestiques utilisant le gaz de ville ; Bureau Seco pour les carreaux fibro-plastiques...). Le protocole prévoit des mesures de collaboration destinées à éviter les doubles emplois ou confusions : elles diffèrent selon qu'il existe ou non un organisme mandaté pour l'octroi de la marque BENOR dans le secteur où l'Office est sollicité d'intervenir.

Il existe une Organisation Internationale de Normalisation (fondée en 1946 pour reprendre les tâches d'organismes plus anciens dont le point de départ remonte à 1926). L'Organisation qui possède actuellement 46 comités nationaux travaille en liaison avec de nombreux organismes spécialisés comme la Conférence Générale des Poids et Mesures, l'Union Internationale de Physique Pure et Appliquée, l'Institut International de Statistique. L'organisation a créé un Comité International des marques de conformité aux normes qui a pour rôle de coordonner l'action des pays membres en ce domaine, vingt-quatre de ceux-ci ayant déjà créé de telles marques. Le Comité qui se compose aujourd'hui de quarante deux comités membres a établi, sous forme d'une Recommandation de l'Organisation, les principes essentiels qui doivent commander l'octroi d'une marque de garantie impliquant le contrôle d'un organisme de certification qualifié. Sur l'initiative de la Suède, le Comité s'est saisi du problème de l'étiquetage d'information (un projet de recommandation ayant été émis en juillet 1963).

*
* * *

Dans les développements qui précèdent et spécialement au titre de la certification de qualité, j'ai systématiquement omis les organismes dont l'objectif est simplement de réaliser la promotion des ventes. Certes quelques-uns de ces organismes, et en particulier ceux qui fonctionnent dans le cadre des entreprises nationalisées, fournissent une documentation qui n'est pas sans valeur et dont le consommateur peut éventuellement tirer bénéfice. Soit le cas de la Société pour le développement des applications de l'électricité qui, étroitement reliée à l'Électricité de France, a mis sur pied à côté de son service propagande, un service éducatif qui entretient des relations suivies avec l'Enseignement Ménager et a constitué au début de 1954 un laboratoire d'études ménagères ayant en particulier pour tâche de tester la valeur fonctionnelle des appareils électriques. Je mentionnerai aussi la

Société pour le Développement de l'Industrie du Gaz en France qui appuie les initiatives de l'enseignement ménager.

Que l'activité de tels organismes puisse avoir certaines conséquences [p. 261] favorables pour le consommateur, c'est là une hypothèse plausible. Cependant, ils ont pour but premier de favoriser le développement d'une branche d'industrie et à ce titre on ne saurait les faire entrer dans la série des organismes qui se préoccupent, ou au moins se targuent d'assurer la défense du consommateur.

V. PERFECTIONNEMENT DE L'ÉCONOMIE MÉNAGÈRE

[Retour à la table des matières](#)

J'entends par là aussi bien les recherches sur les problèmes ménagers que la délivrance d'un enseignement approprié aux futures maîtresses de maison. C'est un sujet de très grande importance sous l'angle de la protection du consommateur et de l'expansion du bien-être. Je me bornerai ici à évoquer les grandes lignes du problème et à donner un petit nombre d'exemples ¹.

L'expérience sans aucun doute la plus poussée en ce domaine est celle des pays scandinaves. Soit le Danemark. On y trouve un Conseil danois d'économie ménagère créé par une loi de 1935 en tant qu'organisme d'État : il agit à la fois comme institution de recherche et organisme d'information ménagère. Au moins en ce qui concerne la recherche, ses dépenses sont intégralement prises en charge par l'État. Le cas de la Norvège est un peu différent, les deux secteurs de la recherche et de l'information étant assumés par des organismes différents : le premier par le Centre norvégien de recherches ménagères fondé en 1939 comme organisation d'État et le second par l'Office norvégien d'information ménagère. Le Centre norvégien a consacré une large part de ses ressources à l'étude de produits alimentaires et de vitamines en coopération avec l'Institut de Nutrition.

Pour la Suède, il a été créé en 1944 un Institut de Recherches Ménagères : le financement en est assuré par des subventions venant de l'État et des organisations industrielles intéressées mais les représentants des grandes organisations de ménagères et des associations de professeurs de l'enseignement ménager détiennent la majorité des sièges au Conseil d'administration. Il existait également un Bureau suédois d'information pour une meilleure pratique ménagère (« l'économie ménagère active ») fondé par l'État en 1940. Finalement l'Institut et le

¹ Pour une étude détaillée, voir MOROT DE PAZZIS (H.) et ILIOVICI (J.), *L'éducation des ménagères dans le monde*, Recherches et informations, Paris, 1956.

Service ont été fusionnés en un organisme unique : l'Institut national pour les problèmes de la consommation (Statens Institut fur Konsumentenfragor).

[p. 262] Le but de l'Institut, qui fonctionne sous le contrôle de l'État, est d'habituer les ménagères à tenir leur maison avec le maximum d'efficacité et d'encourager la production et l'utilisation de produits adaptés à leur emploi. À cet effet, l'Institut fait procéder à des tests d'usage et à l'analyse des principales tâches ménagères. L'Institut coopère avec de nombreux organismes (Institut National pour la Santé Publique, Société des formes industrielles¹, Institut pour l'étiquetage d'information, Bureau officiel de recherches pour la construction...). Il dispose d'un service d'information qui publie les résultats des recherches poursuivies et répond aux demandes d'avis qui lui parviennent en quantité croissante.

Bien qu'empruntant des voies d'apparence différentes, tous ces efforts, dont on ne saurait sous-estimer la valeur, expriment une préoccupation commune : l'octroi d'une haute priorité à l'économie ménagère dans l'œuvre d'éducation des consommateurs. Il n'est pas excessif d'avancer que dans ces pays la recherche ménagère constitue l'un des carrefours de l'activité économique. Quant à l'information ménagère elle y a, au même titre que la recherche, le caractère d'un service public qui emploie les procédés les plus modernes de diffusion. Mentionnons enfin l'existence d'un réseau de conseillères ménagères qui n'a pas son équivalent en Europe : partie du monde rural où elle a connu un rapide développement, cette formule a également pris une grande extension dans les centres urbains importants, l'expansion s'étant effectuée dans les deux cas sous la responsabilité des pouvoirs publics.

Autre pays européen où l'économie ménagère est très en honneur : les Pays-Bas. J'ai déjà analysé l'activité du Conseil des ménagères néerlandaises qui réserve une large part de ses ressources à l'étude des problèmes domestiques et à l'information des ménagères. Parmi les nombreux autres organismes qui interviennent en ce domaine, je mentionnerai : la Commission pour l'information ménagère et familiale créée en 1934 en vue d'informer les ménagères des villes ; la Fondation pour l'information ménagère des campagnes instituée en 1935 ; la Fondation « Bien habiter » créée en juillet 1954 pour promouvoir de meilleures conditions d'habitation et d'équipement du foyer ; l'Institut des budgets domestiques qui se propose de susciter un emploi plus rationnel des ressources familiales (ce qui suppose la connaissance des coûts et une exacte appréciation de l'importance des

¹ Fondée depuis plus d'un siècle, cette société a pour objectif d'encourager la production d'objets dont la forme soit en harmonie avec la vie moderne et qui dégagent une ligne pure et belle. La société qui cherche à influencer à la fois sur les producteurs et consommateurs a développé ses activités depuis la fin de la dernière guerre. Bénéficiant de subventions gouvernementales, elle se livre à des études fonctionnelles pour l'ameublement et les appareils ménagers (formulation de recommandations pour les dimensions et qualités standard des chaises, tables, lits, meubles de rangement, appareils d'éclairage, argenterie...).

prix) ; le Bureau d'information alimentaire dont le rôle est d'assurer le meilleur emploi possible des ressources alimentaires disponibles dans l'intérêt de la santé publique et d'influer, par une propagande appropriée sur les habitudes alimentaires de la population en un sens conforme à la santé ; l'Institut des [p. 263] recherches ménagères agricoles qui collabore avec plusieurs des organismes déjà cités, etc. Il ne serait pas difficile d'allonger la liste de ces organismes, tous ceux mentionnés ayant le statut de fondation.

En France, l'enseignement ménager se caractérise par une grande complexité. Public ou privé, urbain ou rural, soumis au contrôle respectif ou conjugué des Ministères de l'Éducation Nationale, de l'Agriculture, de la Santé Publique et de la Population il s'adresse, selon les cas, soit aux élèves de divers cycles de l'enseignement, soit aux adolescentes, soit aux adultes. Si la nécessité de donner aux filles une éducation ménagère s'est imposée en France depuis le milieu du siècle dernier, c'est seulement en 1942 (loi du 18 mars) que l'enseignement ménager a fait l'objet d'une inscription obligatoire dans les programmes de l'enseignement public. Par ailleurs, une ordonnance du 2 novembre 1945 a réglementé l'ouverture et les conditions de fonctionnement des établissements privés de formation ménagère familiale. On notera que c'est dans les horaires des établissements les plus récents, ceux de l'enseignement technique, qu'il a été le plus facile d'inclure les programmes d'enseignement ménager,

L'enseignement ménager privé est dispensé sous des formes très diverses : écoles de cadres ; écoles ménagères pour les adolescentes ; journées ménagères, cours du soir ou sessions pour les adultes ; consultations ménagères pour les mères de familles. Ces établissements sont gérés par les services sociaux d'organismes nationalisés (S.N.C.F.) ou d'organismes privés d'intérêt public (Caisse d'allocations familiales, caisse de mutualité agricole), par l'industrie ou encore par des associations ou fédérations dont la plus importante est la Fédération des Centres de l'Institut Social Ménager.

Au cours des années récentes, l'enseignement ménager s'est considérablement développé en France, l'objectif actuel étant moins de distribuer une information sur toutes choses que de former le jugement des élèves, de les entraîner à exercer leur sens critique, de leur faire prendre conscience des réalités économiques du temps. Ce secteur a reçu l'appui de divers organismes constitués pour apporter tant aux professeurs monitrices et conseillères ménagères qu'à l'ensemble du public les renseignements et informations indispensables. Ainsi le Centre de Recherches sur le Budget Familial (déjà mentionné) et le Centre d'Études des Travaux Féminins qui s'inspire de l'enseignement de Paulette Bernège concernant l'organisation et la simplification des travaux ménagers ¹. En voici deux autres.

¹ Le Centre s'est donné pour but d'une part de rechercher les méthodes propres à améliorer le travail et la condition de vie des femmes tant dans le cadre de leur vie familiale que sur le plan des

Tout d'abord l'Association pour la diffusion des techniques ménagères constituée en 1952 en vue de servir de trait d'union entre la production [p. 264] et la consommation (notamment par le canal de l'enseignement ménager) pour ce qui concerne les biens d'équipement ou de consommation. Fondée sur l'impulsion de la présidente de l'Association nationale des organismes de travailleuses familiales, cette association a notamment pour objectif de mettre à la disposition des centres d'éducation et des écoles de formation, les appareils et produits domestiques de tous ordres ainsi que la documentation s'y rapportant. En relation avec environ 2 000 établissements (citadins et ruraux), l'Association y fait réaliser des essais sur certaines machines ou articles alimentaires, et centralise ensuite les avis fournis par les professeurs d'enseignement ménager. Enfin l'Association présente une exposition permanente d'instruments ménagers. Ressources de l'organisme : remboursement des frais concernant les travaux effectués, cotisations des adhérents, subventions versées par les pouvoirs publics ou divers organismes.

Je présenterai ensuite l'Association Française pour l'information en Économie Ménagère fondée en 1955 pour centraliser une documentation autorisée sur les problèmes d'économie ménagère et mettre à la disposition du public des éléments d'information objective qui sont difficilement accessibles en raison de leur dissémination et de leur technicité. L'Association qui a été créée sous le patronage des Ministères de l'Éducation Nationale et de l'Agriculture est entrée en activité à la fin de 1957. Son conseil est composé, à raison des deux tiers au moins de représentants des usagers (Union Fédérale de la Consommation, associations familiales, Conseil National des Femmes, Caisses d'allocations familiales, enseignement ménager) et, pour le surplus, de représentants de groupements spécialisés dans la protection et l'information des consommateurs. Parmi ces derniers figure l'Association Française de Normalisation dont l'Association s'efforce de vulgariser les travaux ¹.

L'Association a été chargée par l'Institut Pédagogique National d'assurer son service d'informations en économie ménagère à Paris et d'organiser des services identiques dans ses centres régionaux (au nombre d'une cinquantaine). Les services ainsi constitués ont pour but de guider non seulement les enseignants mais aussi les usagères.

professions qu'elles sont susceptibles d'exercer, d'autre part de diffuser et d'enseigner ces méthodes. Cette diffusion est assurée par des sessions dont les unes concernent la formation des maîtresses de maison et les autres celle des animatrices de simplification du travail. Le Centre étudie aussi le problème du budget à propos duquel sont abordés des thèmes comme l'art d'acheter, la détermination du coût réel du crédit à la consommation...

¹ Voir, par exemple, la notice « Comment choisir un chauffe-eau électrique » publiée dans le numéro de septembre 1961 de la revue de l'association qui porte le titre : *Association Française pour l'Information en Économie Ménagère*.

Je voudrais enfin mentionner l'activité de l'Institut Suisse des Recherches Ménagères fondé en 1948 et le seul reconnu par l'État dans son domaine. L'Institut est une fondation qui groupe des membres très divers (instances officielles, associations professionnelles, entreprises et organisations s'intéressant à l'économie domestique...). Il bénéficie de quelques concours publics et de subventions privées (voir la création en 1956 d'une société pour le développement de l'Institut, dont les adhé[p. 265] rents appartiennent à toutes les branches de l'industrie privée et qui se propose de soutenir celui-ci matériellement comme moralement). Ses champs d'action sont nombreux : alimentation, prévention des accidents ménagers, tenue du budget familial, technologie des textiles, etc.).

S'agissant de la qualité des produits, l'Institut dispose d'un insigne (une branche de laurier et la lettre « Q » figurant dans un cadre). Il publie des brochures qui, sans porter un jugement sur les produits, fournissent les éléments qui doivent permettre à l'acheteur attentif de choisir en connaissance de cause. Récemment des voix se sont élevées pour que l'Institut soit chargé de réaliser d'authentiques essais comparatifs (éventuellement en collaboration avec le Laboratoire fédéral d'essai des matériaux et des laboratoires cantonaux). Mais il faudrait pour cela que l'organisme soit élargi et rendu complètement indépendant du commerce et de l'industrie. Au moins au départ l'entreprise ne pourrait se réaliser qu'avec l'octroi à l'Institut de subventions publiques.

Sur le plan international, il existe une Fédération Internationale de l'Enseignement Ménager fondée en 1908 et qui possède des membres (particuliers et collectifs) dans une quarantaine de pays. La Fédération a tenu son X^e Congrès International à Paris en juillet 1963. Ce congrès a été consacré à l'étude de la place et des responsabilités de l'enseignement ménager pour le maintien des valeurs inhérentes à la vie familiale et l'adaptation aux formes modernes de la vie sociale (ainsi diminution progressive de la place et du temps consacré aux repas ; habitation dans des alvéoles de plus en plus standardisées ; éclatement de la famille et place de plus en plus importante du milieu de travail).

VI. CONTROLE DE LA PUBLICITÉ

[Retour à la table des matières](#)

Je voudrais mentionner à cet égard quelques efforts d'inspiration assez variée mais finalement convergente : efforts dont aucun ne me paraît capable de protéger efficacement le consommateur contre les abus et les périls de la réclame.

Récemment, l'Advertising Association britannique, inquiète des critiques de plus en plus vives lancées contre la profession a créé un Advertising Standards Authority en vue d'élever le niveau moral de la profession et de faire en sorte que soit

éliminée toute publicité contrevenant aux normes fixées. L'« Authority » (terme un peu prétentieux pour [p. 266] désigner un organisme purement privé) qui doit recevoir de l'Association une subvention annuelle de 10 000 livres se compose de 10 membres (dont cinq représentant l'industrie de la publicité) sous la présidence d'un professeur de l'Université de Londres. Le directeur de la Consumer's Association tout en se déclarant satisfait de ce que la profession elle-même reconnaisse la nécessité d'agir au sujet des abus de la réclame, a témoigné d'une réserve, quelque peu sarcastique, sur les résultats à attendre d'une telle initiative. Les impératifs du marché capitaliste étant ce qu'ils sont, il paraît bien difficile de lui donner tort.

Il existe en France un Bureau de Vérification de la Publicité fondé en 1953 par les instances officielles de la presse (Fédérations de Presse et près de 150 membres individuels, ce qui aboutit à grouper tous les grands journaux et périodiques), de la publicité (Fédération française de la publicité et la plupart des agences de publicité) et des annonceurs (Union des Annonceurs et une soixantaine des plus gros annonceurs). L'Union Fédérale de la Consommation, à la suite d'un vœu émis par le Conseil Économique en août 1956, représente les intérêts de la consommation au sein du Conseil d'Administration et du Comité technique de cet organisme.

L'action du Bureau s'appuie sur l'art. 14 du Code des usages de la publicité qui permet à tout support publicitaire d'interrompre ou de refuser une publicité qui serait considérée comme nuisible à ses destinataires. Le Bureau, qu'il en soit sollicité par un lecteur ayant trouvé une publicité décevante ou par un organisme de presse estimant douteuse une proposition de publicité ou encore qu'il agisse à la suite de la publication de messages lui paraissant justifier une intervention, procède à des enquêtes en vue de vérifier la coïncidence du message publicitaire avec la réalité de la marchandise ou du service offert. Le directeur du support reste maître de publier un message jugé contestable par le Bureau et que l'annonceur refuse de modifier mais, ce faisant, le premier perd le bénéfice de la bonne foi. En outre, le Bureau dispose en principe de la faculté de radier tout membre n'ayant pas tenu compte d'une manière constante et volontaire des conseils donnés (radiation qui entraînerait seulement la disparition du sigle B.V.P. sur les exemplaires du journal considéré).

Selon ses propres déclarations, le Bureau agit de manière discrète en vue d'éviter les scandales susceptibles de nuire au crédit de la publicité auprès du public. Le total des dossiers (classés par annonceurs) ouverts au cours des 10 années de fonctionnement de l'organisme serait de l'ordre de 2 000, le nombre des fiches élaborées s'élevant à plus de [p. 267] 7 000 : quant au chiffre des interventions quotidiennes du Bureau, il serait en moyenne de l'ordre d'une dizaine.

Ce dernier ne citant jamais d'exemple concret de ses interventions, il est bien difficile d'apprécier la valeur de son activité. Observons cependant que cette attitude de silence dans un domaine où la seule protection efficace du consommateur serait la proclamation ouverte du nom de ceux qui le trompent et

des procédés utilisés, permet de déterminer sans équivoque la nature de l'activité du Bureau qui est, en somme, de défendre la publicité et finalement d'améliorer l'image que s'en fait le public. Au surplus, quiconque connaît un peu la somme de connaissances techniques et le nombre d'expertises de laboratoire (souvent prolongées) qui seraient nécessaires pour vérifier avec rigueur la valeur des annonces, ne peut qu'accueillir avec scepticisme la prétention de contrôler quotidiennement les annonces publiées dans un grand nombre de journaux : il y faudrait un personnel et un matériel dont, actuellement, personne — aussi bien dans le secteur public que privé — ne dispose en France.

En réalité, la protection des consommateurs contre les excès et les abus de la publicité ne concerne ni les supports, ni les annonceurs mais la puissance publique (service de la répression des fraudes) et les consommateurs eux-mêmes qu'il est irritant de voir constamment réduits à la condition de mineurs que l'on défendrait en leur dissimulant la réalité du mal qui les menace. Rien ne saurait remplacer l'absence et, malgré de récents efforts, l'insuffisance des militants et des ingénieurs au service des consommateurs. Au cas où l'on pourrait encore douter de l'utilité d'un syndicalisme des consommateurs, l'existence de ces comportements protecteurs qui relèvent d'un paternalisme désuet suffirait à en montrer l'irremplaçable utilité. En attendant, la meilleure solution serait d'accroître les moyens des services de la répression des fraudes dont l'intervention reste la meilleure garantie des consommateurs.

Si les journaux voulaient vraiment « moraliser » la publicité, il suffirait pour cela qu'ils accueillent en bonne place les exemples de publicité mensongère relevés par des organismes désintéressés comme l'O.R.G.E.-C.O. ou le Laboratoire Coopératif de Recherches et d'Analyses. Or la plupart des organes de presse, ligotés par les recettes qu'ils tirent de la réclame refusent systématiquement de passer les communiqués de ces associations.

On sait qu'un magazine américain *Good housekeeping* s'est fait et continue d'avoir une réputation mondiale d'une part en déclarant limiter sa publicité aux produits ayant fait l'objet d'essais et de vérifications par ses propres soins ; d'autre part en acceptant la responsabilité de tous les mécomptes que subiraient les clients à propos des produits présentés dans ses colonnes. Le système durait depuis bientôt trente ans lorsqu'en 1939 la Federal Trade Commission intenta au magazine un procès pour l'utilisation de méthodes déloyales de concurrence et l'emploi de pratiques contestables. L'enquête judiciaire qui devait durer deux ans permit de relever de nombreuses fautes graves à l'encontre du magazine dont la moindre n'était pas que beaucoup des annonces soi-disant vérifiées contenaient en réalité des déclarations ou présentations fausses, décevantes et trompeuses (les tests effectués étant en général insuffisants pour vérifier la rectitude du message publicitaire). À la suite des injonctions de la Federal Trade Commission, la revue modifia profondément son système mais les techniciens doutent — et l'exemple est

de portée générale — que celui-ci apporte en réalité aux consommateurs les bénéfices que les propriétaires du magazine déclarent lui assurer ¹. Il est regrettable en tout cas que les références faites en Europe à cet exemple omettent en général de mentionner les avatars judiciaires subis par ses promoteurs.

VII. PRÉSERVATION DU CADRE D'EXISTENCE

[Retour à la table des matières](#)

Ce cadre subit des menaces croissantes du fait de la civilisation industrielle. Plus exactement l'indifférence de l'appareil de production, mû par la recherche du profit, aux conséquences de ses démarches sur l'environnement crée pour l'homme des périls dont l'ampleur ne cesse de s'aggraver. Tout en percevant ces dangers, les pouvoirs publics, pour des raisons diverses et notamment pour des motifs d'ordre financier n'accordent pas suffisamment d'attention à ces problèmes. Je voudrais examiner quelques uns des groupes qui s'efforcent de renverser le courant : Dans l'impossibilité de présenter un inventaire exhaustif je me bornerai à trois secteurs d'activité significatifs : la protection de la nature, la réduction de la pollution atmosphérique, la lutte contre le bruit. Disons d'emblée que ces groupes éprouvent de sérieuses difficultés à rassembler les moyens nécessaires à un tel combat.

*
* *

[p. 269] On sait que les sites et les paysages sont constamment menacés par le déploiement des entreprises industrielles et l'expansion de la réclame commerciale. Or un certain nombre de groupements se sont donnés pour mission de protéger la nature contre de tels envahissements. S'ils ne réussissent pas dans toutes leurs démarches, ces organismes dont l'action est précieuse remportent parfois des succès.

En Suisse, l'intensité des dévastations observées à ce titre conduisit dès 1904 la Société helvétique des sciences naturelles à proposer l'établissement d'une Commission pour la protection de la nature qui aurait comme objet « la conservation de la beauté grandiose, pittoresque ou sauvage qui fait le charme de la

¹ Sur cette affaire, voir GORDON (L.J.), *Economics for consumer*, 3^e édition, New York, 1953, pp. 513-515.

Suisse et son rétablissement là où elle a été profanée »¹. Cette commission devait à son tour établir en 1909 une Ligue suisse pour la protection de la nature dont le plus grand succès fut d'obtenir en 1914 une décision favorable à la création d'un Parc National dans la Basse-Engadine.

La protection de la nature relevant jusqu'à une époque très récente de la compétence des cantons, c'est auprès de ceux-ci que la Ligue devait, le cas échéant par l'intermédiaire de ligues cantonales, intervenir pour assurer la réalisation de son programme. Celle-ci, qui compte aujourd'hui près de 40 000 membres, vient de publier, en collaboration avec le Club Alpin et la Ligue Suisse pour la protection du patrimoine national un inventaire des paysages et des sites naturels d'importance nationale qui méritent d'être protégés. La Commission chargée d'effectuer ce recensement a établi au bout de quatre ans de travaux une liste de 106 objets qui ne saurait être tenue pour exhaustive : dans son état actuel, cette liste couvre 500 km² de terres cultivées, 2 500 km² de forêts et 1 000 km² de régions montagneuses, neigeuses et glaciaires. On voit l'ampleur de l'enjeu dans un pays dont l'espace territorial est très limité et qui connaît une croissance industrielle très rapide. Il faut admettre qu'en certains cas l'établissement d'un juste équilibre entre la protection de beautés de la nature et les impératifs du progrès technique n'est pas facile à réaliser.

Désormais en tout cas, l'art. 24 sexies de la Constitution Fédérale (accepté par le peuple le 27 mai 1962 par 442 559 voix contre 116 856 : taux de la participation 38,7%) donne à la Confédération la compétence de légiférer sur la protection de la nature et de subventionner les mesures nécessaires à cet égard.

La Ligue pour la protection de la nature lutte également contre « l'agression des panneaux-réclames » qui, si souvent enlaidissent le paysage. Il semble que les dirigeants de la Ligue aient songé à demander aux [p. 270] consommateurs de refuser les produits pour lesquels les fabricants font une réclame excessive. Les prescriptions édictées par les cantons en cette matière étant très souvent violées, la réalisation d'un tel boycottage, ou la simple menace de celui-ci, aurait peut-être produit certains résultats. L'affaire en tout cas eut été un test intéressant de l'aptitude des consommateurs à se faire justice eux-mêmes.

Il serait certainement possible de ranger ces ligues dans la catégorie des organismes de consommateurs proprement dits. Cependant la disparité qui existe généralement entre le nombre des membres et l'ensemble des bénéficiaires éventuels conduit presque inévitablement à considérer que les premiers se battent au service des seconds. De toute manière, on ne saurait faire abstraction de ces organismes dans une étude des groupes de pression formés au titre de la défense des consommateurs.

¹ In BRUNIES (S.), *Le Parc National suisse*, Bâle 1920, p. 13. Voir aussi VISCHER (W.), *Naturschutz in der Schweiz*, Bâle 1946.

Le même problème s'observe aujourd'hui dans tous les pays industrialisés. Selon le National Trust de Grande-Bretagne ¹, la plus large partie du littoral de l'Angleterre, du Pays de Galles et d'Irlande du Nord ne pourrait plus désormais être sauvée, le reste se trouvant menacé par des pressions constantes qui trouvent en particulier leur origine dans la spéculation immobilière. Les organismes de planification régionale sont souvent mal placés pour résister à de telles démarches. Le seul moyen de préserver certains rivages (aujourd'hui détenus par des propriétaires privés) de l'envahissement par les villas, bungalows et caravanes est d'en confier la propriété future à des trusts dont les stipulations s'imposeront aux héritiers.

Cette suggestion, comme d'ailleurs l'exemple suisse, montre qu'il existe à ce propos des contradictions entre les différents groupes de la communauté (contradictions producteurs-consommateurs : installation d'une usine, mais aussi consommateurs-consommateurs : tracé d'une autoroute à travers une forêt). Ces contradictions seraient insurmontables si l'esthétique moderne, une fois débarrassée des démarches spéculatives qui, ici encore, sont facteur général de corruption, n'était capable d'aménager des lieux d'habitat ou de loisir qui s'harmonisent avec le paysage. Cependant en ces matières, on a déjà bien trop détruit et de manière irréversible pour qu'il ne soit pas légitime de faire pencher la balance en faveur de la protection.

C'est à cette mission que se voue l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature et de ses Ressources qui rassemble 4 organisations internationales, une douzaine de gouvernements et plus de 200 sociétés nationales dans une cinquantaine de pays. L'Union accomplit une activité d'information et de recherche. De plus, elle intervient directement auprès des gouvernements afin d'appeler leur attention sur les dangers qui menacent les ressources naturelles de leur pays. Enfin elle participe à des projets spéciaux dont le plus important actuellement est celui qui vise à stopper la destruction accélérée des terres et de la vie sauvage en Afrique.

*
* *

Dans le cadre des efforts tendant à réduire la pollution de l'atmosphère, je mentionnerai l'activité de l'Association pour la Prévention de la Pollution Atmosphérique fondée en 1958 et reconnue d'utilité publique par décret du 9 avril

¹ C'est un organisme privé fondé en 1895 et qui compte aujourd'hui plus de 120 000 membres. L'une de ses activités essentielles est l'acquisition de demeures historiques par voie de donation (les propriétaires demeurant alors conservateurs de leur domaine et, pouvant, ainsi que leurs descendants, y résider à titre gracieux).

1962. L'Association qui comprend plus de 800 membres est administrée par un conseil composé de personnalités scientifiques, de délégués d'organismes publics et d'associations privées, de représentants des grandes industries intéressées par cette question. Ce groupe qui a déjà formé dix comités départementaux reçoit l'appui financier de certains organismes publics (Institut National d'Hygiène, Préfecture de la Seine et Conseil Municipal de Paris, quelques préfectures de régions affectées par la pollution).

L'Association s'est donné les tâches suivantes : promouvoir les études scientifiques et techniques nécessaires à la détermination des causes du mal et des remèdes possibles (nécessité de l'établissement d'une cartographie de la pollution atmosphérique pour toute la France) ; entreprendre une campagne d'information auprès de l'opinion publique ; obtenir des pouvoirs publics l'établissement d'une législation et d'une réglementation efficaces. Or, le système français était très insuffisant, la loi Morizet d'avril 1932 ne réglementant que les fumées industrielles. L'Association a pris une part importante à la rédaction de la nouvelle loi-cadre du 2 août 1961 (publiée au *J.O.* du 3 août) ainsi que du décret en date du 10 août 1962 (*J.O.* du 17) qui énonce les sanctions encourues par les contrevenants aux dispositions de ce texte. Sur le plan local, signalons deux arrêtés du Préfet de la Seine en date du 13 octobre 1961 et du 25 septembre 1962 qui réglementent certaines situations. Des dispositions plus récentes (arrêté du 12 Novembre 1963) réglementent l'émission de fumées nuisibles ou incommodantes.

Les interventions de l'Association illustrent la valeur et la portée des efforts que peuvent accomplir des groupes peu nombreux qui s'attachent à la promotion d'une cause désintéressée ¹.

*
* * *

[p. 272] J'ai déjà souligné les dangers physiques et sociaux que comportent la naissance et la propagation du bruit sous toutes ses formes. La prise de conscience de ces risques (altération de l'appareil auditif et des centres nerveux ; accroissement des troubles du caractère ; troubles endocriniens...) a suscité la création en avril 1959 d'une Association Internationale contre le Bruit. Celle-ci compte parmi ses membres fondateurs la Ligue Française contre le Bruit, créée en janvier 1958 sous la

¹ Pour un exemple de cette influence voir : SANDERSON (J.B.), « The National Smoke Abatement Society and the clean air act (1956) », *Political Studies* (Oxford), octobre 1961, pp. 236-253. Quoique faible numériquement et financièrement, le groupe contribua substantiellement au vote de la loi, notamment en concentrant son effort sur les « sections les mieux informées de la communauté ».

présidence du professeur Trémolières et reconnue d'utilité publique par décret du 28 janvier 1963.

L'objectif de la Ligue est d'organiser sur le plan national une lutte méthodique contre le bruit partout où il sévit. Parmi ses moyens d'action figurent : le rassemblement des doléances des victimes du bruit, l'indication à celles-ci des moyens légaux qu'elles ont de se défendre ¹ et la transmission de ces plaintes en bloc aux autorités qualifiées ; l'exposé aux administrations intéressées des mesures préconisées par les personnalités et organisations compétentes pour réduire celui-ci à des taux supportables ; l'accomplissement de démarches auprès des constructeurs pour les persuader de rendre les machines qu'ils fabriquent aussi silencieuses que possible.

La Ligue qui a créé plusieurs sections locales a obtenu divers résultats tangibles auprès des autorités parisiennes et provinciales ainsi que de certains constructeurs. De plus, et c'est un aspect important de son activité, elle a contribué à informer l'opinion publique des risques que comporte le bruit et des moyens d'y porter atteinte. C'est en agissant à ce niveau avec patience que la Ligue peut susciter chez les victimes du bruit une volonté de défense susceptible de conduire les hommes politiques à voter les mesures indispensables. Or toutes ces démarches ont été accomplies avec des moyens matériels très réduits, le total des recettes au titre de l'année 1963 s'élevant seulement à 21 000 francs.

Ici encore, il serait souhaitable que les pouvoirs publics augmentent les moyens d'action de l'organisme par le versement de contributions substantielles. Des centaines d'associations bénéficient de semblables concours sans que, dans beaucoup de cas, leurs activités présentent la même importance pour le public. Tout en admettant que l'essentiel de la lutte contre le bruit relève de l'exercice du pouvoir de police, on peut considérer qu'un organisme comme la Ligue est susceptible d'en faciliter et par là même d'en améliorer l'application ².

¹ Voir LORIDON (P.), *Les aspects juridiques de la lutte contre le bruit*, Lyon, Éditions de l'A.G.E.L., 1963 (thèse ronéotée de la Faculté de Droit et des Sciences Économiques de l'Université de Lyon).

² Signalons également l'attention portée au problème par l'Association Nationale de l'Inspection des Établissements Classés. Si la réglementation elle-même est déjà bien établie (notamment au titre de la vie professionnelle) l'application de ces textes manque encore de rigueur et de cohérence. L'Association accorde aussi une très grande attention à la pollution de l'atmosphère.

[p. 273]

CHAPITRE IX

NIVEAU ET VALEUR DE LA PROPENSION AU GROUPEMENT

[Retour à la table des matières](#)

PLUSIEURS analystes voient dans « l'associationite » — cette tendance des hommes à former des groupes pour les objets les plus divers une caractéristique importante de notre temps. Nous ne vivrions plus au sein d'un monde de personnes et d'actions individuelles mais dans un univers de groupes et d'activités collectives. L'un après l'autre les secteurs qui passaient pour les plus rebelles aux démarches concertées se dotent d'une organisation capable de les défendre et de les représenter (les professions dites libérales, y compris désormais les magistrats, ayant appris, souvent à l'issue d'une dure expérience, le risque majeur de l'isolement). Les rencontres ou confrontations entre les diverses catégories socio-professionnelles ainsi qu'entre celles-ci et les autorités officielles s'effectuent de plus en plus par le truchement d'associations dont le réseau ne cesse de s'élargir, de se diversifier et à plusieurs égards de se bureaucratiser.

L'exploration à laquelle je me suis livré dans ce titre impose d'emblée, par la multiplicité et la variété des efforts recensés, l'idée que, désormais, le secteur de la consommation n'échappe plus à la norme générale. De la réalisation de tests comparatifs de marchandises ou de la dénonciation de la publicité mensongère au rassemblement des usagers de la région parisienne, le mouvement paraît bien s'affirmer de manière non équivoque. Pour reprendre l'expression du directeur de la Consumers Association, le temps de la révolte des consommateurs est-il venu ?

Tout en admettant que des transformations sont intervenues au cours des dernières années, je ne crois pas que le mouvement des consommateurs représente déjà, s'il doit jamais le devenir, une force sociale capable de se mesurer d'égale à égale avec les catégories qui orientent la vie économique et détiennent la

majeure partie de l'influence politique. Si l'on considère l'ampleur de l'exploitation que subissent les consommateurs dans le capitalisme moderne — un système aménagé pour le plus grand profit, et aussi ne perdons pas de vue ce point, pour la plus grande commodité des producteurs-distributeurs — il apparaît que le stade atteint demeure celui de l'élan initial.

Encore doit-on observer que les résultats apparemment les plus brillants ont été acquis par des organismes (ainsi la Consumers Union des États-Unis) qui acceptent les règles du jeu capitaliste et limitent leur ambition à la correction d'un certain nombre d'excès et d'abus sans s'attaquer à la source même des maux considérés. Malgré l'utilité intrinsèque de ces procédés que pèsent finalement les essais comparatifs et l'étiquetage d'information face aux concentrations monopolistes dont le conditionnement global du consommateur reste l'ultime conséquence ? Le perfectionnement de la lutte contre les fraudes n'est pas à la mesure des aliénations qui naissent de la consommation de masse et qui sont susceptibles de bloquer tous les efforts en vue de construire un monde plus efficace et plus humain.

I. LA PRISE DE CONSCIENCE

[Retour à la table des matières](#)

En divers milieux et à propos de plusieurs problèmes, elle est incontestable. Le succès retentissant de la Consumers Association en Grande-Bretagne, les efforts de la Confédération Générale du Logement pour créer un syndicalisme du logement, la lutte contre la pollution atmosphérique en sont autant de témoignages dont il serait particulièrement injuste de méconnaître la valeur. Dans certains cas, on assiste à des mobilisations de masse. Ainsi la pétition signée par 100 000 coopératrices de Bretagne et de Lorraine en vue d'obtenir des pouvoirs publics qu'ils rendent obligatoire l'étiquetage des textiles (composition et code d'entretien) et, qu'ils répriment toute publicité trompeuse (spécialement dans l'ordre des aliments et de leur répercussion sur la santé).

Je mentionnerai également la grève déclenchée par les consommateurs allemands à l'occasion d'une récente augmentation du prix du lait (octobre 1963). Le mouvement soutenu par les syndicats ouvriers a pris une réelle expansion en plusieurs grands centres industriels. Je ne suis [p. 275] pas certain qu'en égard à la « monopolisation » du marché réalisé par les trusts alimentaires, dont la capacité de profit fait aujourd'hui le bonheur du grand capital, le terrain de lutte ainsi choisi soit le meilleur de tous ceux qui pouvaient s'offrir : l'important reste que des consommateurs aient compris que la grève est l'arme la plus efficace, et peut-être la seule réellement efficace, dont ils disposent. De telles manifestations, il est vrai, restent généralement symboliques et sans lendemain.

Autre indice de cette volonté de lutte : les efforts entrepris par le secteur coopératif pour moderniser son appareil commercial face à la pénétration du capital financier national et étranger dans le secteur de la distribution qui s'affirme chaque jour plus pressante. La réponse adéquate à ces manœuvres n'est certainement pas de s'en tenir à des mesures et protestations négatives de style poujadiste mais de porter le combat sur le même terrain que le capitalisme ¹.

Il serait facile de multiplier les exemples d'une telle prise de conscience. En voici quelques uns choisis dans des domaines très divers : l'inscription dans le programme du 43^e Congrès d'Hygiène (octobre 1963) d'un débat sur les problèmes actuels de l'eau potable dans les grandes agglomérations (une impitoyable critique assortie d'une sévère mise en garde ayant été présentée à propos de l'eau dite potable qu'absorbent les Parisiens) ; le lancement à Paris d'une campagne préfectorale de lutte contre les moteurs trop bruyants (mise en application d'un arrêté du Ministère des travaux publics du 25 octobre 1962 fixant des limites aux bruits d'échappement des véhicules) ; la dénonciation par le XV^e Congrès de l'Habitat rural de la situation en ce domaine comme « l'une des tares les plus affligeantes de notre équipement national » ; le cheminement au sein des administrations compétentes de l'idée qu'il n'y a pas de solution au problème de la spéculation foncière sans une franche mise en cause du droit de propriété ; la publication en Grande-Bretagne par le Medical Research Council de rapports établissant la présence dans les os de très jeunes enfants (en liaison avec les retombées radio-actives) d'un taux particulièrement élevé de strontium. Il serait facile de multiplier les exemples de telles prises de position qui finissent tout de même par émouvoir les autorités nationales.

Les producteurs-distributeurs ne sont pas nécessairement insensibles aux protestations et plaintes des consommateurs. Il arrive même que les exigences de la lutte commerciale les conduisent à prendre des mesures favorables à ceux-ci : voir par exemple la multiplication des rabais accordés à des catégories de plus en plus nombreuses et pour des produits en quantité croissante (disques, matériel photographique, appareils [p. 276] ménagers...). Dans la mesure où il s'agit de réductions substantielles qui portent sur les articles de marque vendus avec les garanties habituelles, ces pratiques démontrent l'ampleur véritablement abusive de nombreuses marges commerciales et donnent une idée des avantages que les consommateurs, à condition d'unir leurs forces, pourraient exiger sans pour autant empêcher les entreprises industrielles d'obtenir une rentabilité suffisante.

Dans l'ensemble cependant, les consommateurs continuent de témoigner de passivité à l'égard de la poussée du coût de la vie. Ils sont certes excusables si l'on

¹ Mentionnons aussi dans cette perspective l'effort de concentration, encore insuffisant, réalisé par le secteur coopératif au cours des dernières années. Cet effort semble particulièrement urgent au Royaume-Uni où il existe encore deux magasins de gros (dont l'un pour l'Écosse) mais il s'impose partout. En Allemagne on espère que le nombre des coopératives pourra être limité à deux cents.

observe que les gouvernements négligent de les défendre contre la poussée des affaires à la recherche de la consommation maximale et en particulier contre l'implantation de procédés commerciaux qui constituent une nouvelle incitation permanente à la dépense (ainsi le développement du système américain des « cartes de crédit » dont il est regrettable qu'il ne fasse pas l'objet d'une interdiction rigoureuse).

Cette prise de conscience des risques courus par le consommateur est certes inégale selon les pays. Pour l'Europe Occidentale, le pays le plus en retard à ce propos est l'Italie. J'ai déjà mentionné des fraudes alimentaires si graves et une incurie si considérable (cas des médicaments inexistants) que l'on a peine, de l'extérieur, à tenir de telles affaires pour vraisemblables. Or ces carences s'étendent à tous les domaines. Le fonctionnement administratif des centres de protection de la santé laisse profondément à désirer comme vient de le montrer l'imposante liste de pratiques délictueuses et abusives relevées dans la gestion de l'Instituto Superiore di Sanità : quel crédit attribuer aux travaux et expertises d'un organisme dans lequel les chefs de service donnaient à leurs subordonnés des instructions délibérément conçues pour éviter ou tourner certains, contrôles prévus, par la loi. Par ailleurs, une enquête sur les ; hôpitaux et la politique sanitaire du pays a relevé le caractère désuet et les insuffisances criantes de la protection assurée aux Italiens en ce domaine : « la situation sanitaire en Italie est dominée par le chaos » affirmait en conclusion de ses investigations l'auteur de cette enquête ¹.

Il existe dans ce pays une, Unione Nazionale Consumatori constituée le 25 novembre 1955, en vue de représenter et de défendre indistinctement les intérêts de tous les consommateurs italiens. Celle-ci qui a bénéficié au départ de l'adhésion de nombreuses organisations (grandes centrales, groupements féminins, coopératives de consommation, anciens combattants...) aurait aujourd'hui vingt mille adhérents. Cependant l'Union tout en luttant pour obtenir des améliorations (ainsi parti-[p. 277] citation à l'établissement des nouveaux textes contre les fraudes alimentaires) ne paraît pas en mesure de renverser le courant. Durant la phase de prospérité que vient de connaître l'Italie, le souci de protéger les consommateurs ne s'est pas manifesté avec force.

Au lieu de nous borner à critiquer la situation italienne, essayons plutôt d'en comprendre les raisons. Le cas de l'Italie montre tout d'abord l'étroite interdépendance de tous les aspects de l'activité sociale. Dans un pays où l'administration fait mal son métier, on ne saurait attendre d'elle la somme de compétence et de désintéressement sans laquelle la sauvegarde des intérêts des consommateurs par la puissance publique est un leurre. Tous les secteurs de la vie sociale constituent autant de vases communicants : la survenance de truquages et

¹ Selon OTTONE (P.), in *Corriere della Sera*, 10 décembre 1962. Voir aussi les numéros des 14, 17, 21, 25 et 28 novembre et du 1^{er} décembre.

de tromperies alimentaires d'une fréquence et d'une gravité exceptionnelles n'a rien d'étonnant dans un pays où l'enseignement ménager est réduit à sa plus simple expression et où, par ailleurs, l'activité des hôpitaux est réglementée par des systèmes d'inspiration médiévale ¹.

Lors de la découverte des grandes *sofisticazioni*, des commentateurs italiens ne craignaient pas d'en accuser la passivité et la veulerie des consommateurs en affirmant qu'après tout « chaque peuple mange ce qu'il mérite ». Le propos est injuste dans la mesure où il tend à absoudre la classe dirigeante de ses incontestables responsabilités. Mais il reste vrai qu'aucune réglementation favorable aux consommateurs ne peut porter pleinement ses fruits si ceux-ci n'ont conscience des périls qui les menacent et ne témoignent pas d'un minimum de sagacité dans leurs achats. Cette prise de conscience est en particulier nécessaire au titre de la lutte contre les fraudes alimentaires. On répète volontiers que le Danemark est un pays sans tromperies de cet ordre et, même si le propos témoigne de quelque optimisme, il reste vrai que le consommateur y est relativement bien protégé. La situation tient certainement à la sévérité avec laquelle sont sanctionnées les infractions volontaires (ainsi retrait à vie de la licence à un boucher ayant vendu de la viande défectueuse). Pourtant, il est impossible d'interpréter correctement cet état de choses sans tenir compte de l'importance donnée dans ce pays à la recherche et à l'éducation ménagères.

Toutes choses égales, le développement à une large échelle de l'enseignement ménager constitue un facteur de la prise de conscience. Pendant longtemps la préparation de la ménagère à son difficile métier a été inexistante ou totalement inadéquate. À condition que cet enseignement ne reste pas d'inspiration purement académique et que les maîtres n'hésitent pas à identifier les causes profondes des maux dont [p. 278] souffrent les consommateurs, on peut penser que les jeunes filles actuellement formées aux techniques optimales de l'emploi des ressources sauront mieux que leurs aînées tenir tête aux producteurs-distributeurs. Il est vrai que la pratique du *marketing* ne cesse de se renforcer et de se perfectionner, le coût des recherches et démarches entreprises à ce titre étant inclus dans le prix de vente des produits.

On peut aussi se demander si l'une des conditions de la prise de conscience n'est pas la jouissance d'un minimum de bien-être ou, plus exactement peut-être, d'un minimum de sécurité dans la possession du revenu familial. Dans un système où la solvabilité reste le facteur essentiel d'accès aux marchés des biens et des services, les intéressés ont le sentiment que le principal problème est d'acquérir cette solvabilité et que, celle-ci une fois obtenue, le reste viendra par surcroît. Au total, plus profondément qu'ailleurs, la prise de conscience de l'homme comme consommateur dans un pays comme l'Italie serait secondaire par rapport à la prise

¹ Selon l'expression du *Corriere della Sera*, 19 octobre 1962.

de conscience en tant que travailleur et, de toute manière, la première s'affirmerait postérieurement à la seconde. En considérant que jusqu'à ces dernières années la question de l'emploi avait en Italie un caractère lancinant — trait en voie de résorption sauf en termes de chômage dissimulé (spécialement dans le Midi) — on comprend peut-être mieux l'apathie de l'acheteur italien. Quand la consommation de viande de bœuf correspond à une pratique très rare, on fait nécessairement moins attention à la qualité de celle-ci.

Cette vue paraît vraisemblable, mais il serait facile de lui opposer certaines conduites depuis les démarches des Équitables Pionniers de Rochdale au plus fort de l'exploitation ouvrière jusqu'à la formation des grandes associations américaines de consommateurs durant les années de la grande dépression. Compte tenu de nos ignorances sur le comportement des consommateurs, j'hésiterais à établir une liaison rigide entre l'expansion d'un certain bien-être et l'apparition d'une conscience de consommateur. Je crois pourtant que, toutes choses égales, la première de ces variables est susceptible de consolider la première. Même dans les sociétés développées, nous l'avons vu, les hommes donnent la priorité à la défense du travail sur celle de la consommation. Mais dans la mesure où la perspective d'un gain honorable semble assuré, il est naturel que l'on pense avec plus de cœur à son utilisation optimale. Nous avons vu que ce ne sont pas les plus pauvres, qui pourtant en auraient le plus besoin, qui s'intéressent le plus aux activités des associations de consommateurs : en dehors du facteur « éducation » il n'est pas contre-indiqué de tenir également compte du facteur « sécurité du revenu ».

[p. 279] Qu'il y ait une part de mode ou si l'on veut d'emballement collectif dans l'attention actuellement portée aux problèmes des consommateurs semble peu contestable. Le thème de la science connaît une fortune analogue. Cependant l'une et l'autre de ces préoccupations trouvent leur origine non dans l'esprit des hommes mais dans l'existence d'un certain nombre de phénomènes et de rapports objectifs. Il faut dès lors éviter que l'indifférence succède à l'excitation actuelle qui n'est pas sans quelque artificialité. Ce doit être l'une des grandes tâches des organisations de consommateurs que de maintenir l'opinion en alerte en utilisant à cet effet, n'ayons pas peur des mots, toutes les techniques de la propagande. Celles-ci étant déjà mises à une large échelle au service de l'argent, les associations de consommateurs, pour autant qu'elles en aient les moyens, ne doivent pas craindre de s'en servir. Et de ce point de vue, la protestation d'inspiration syndicale, qui n'est pas tenue d'affirmer une courtoisie particulière à l'égard de l'adversaire, est certes plus efficace que le ton académique adopté par certains groupements.

II. FACTEURS D'ORIENTATION

[Retour à la table des matières](#)

Les groupes analysés ou évoqués dans ce chapitre présentent à plusieurs égards une grande diversité. Toutefois, à condition d'y voir non un facteur rigide de classification mais un principe souple d'interprétation, on peut formuler divers critères permettant de tracer certaines distinctions dans cette masse, de prime abord assez confuse, d'associations de consommateurs et d'organismes constitués en leur faveur ou, du moins, se disant tels. J'examinerai successivement les éléments d'inspiration et le champ couvert.

1. Éléments d'inspiration.

[Retour à la table des matières](#)

Un premier principe de répartition tient évidemment à la nature et à la portée sociale de l'inspiration qui anime les dirigeants responsables de ces organismes. Comme toutes les systématisations d'apparence technique, celle que je vais proposer comporte des éléments d'appréciation subjective. Tout en ayant pris beaucoup de précautions pour dresser ce tableau, je ne saurais récuser d'emblée un tel risque et j'admets d'avance que sur divers points mon jugement puisse être critiqué. Par [p. 280] ailleurs, ma présentation tient compte des fonctions que déclarent assurer les groupes sans donner encore une vue critique de la manière dont celles-ci sont réalisées : or cette analyse qui sera faite au titre suivant est susceptible d'imposer des retouches au jugement porté sur ces groupes au vu de leurs seules déclarations d'intention. Au bénéfice de ces réserves, qui ne sont pas une excuse de style, je distinguerai cinq catégories :

1° Groupes dont l'activité tend exclusivement ou principalement à l'accroissement des satisfactions des producteurs. Normalement ces groupes sont entièrement dirigés et financés par les entreprises ou les associations qui en sont membres. Dans la plupart des cas, ces organismes assument franchement leur vocation qui, d'une manière ou d'une autre, est de contribuer à la formation et à l'élargissement du profit privé. Cependant, l'esprit du temps les y poussant, il leur arrive de se prétendre au service des consommateurs et, pour accentuer la plausibilité de cette affirmation, d'accueillir en leur sein une représentation limitée de ceux-ci. Encore qu'à mon avis cette tactique ne change rien à la nature profonde du groupe, on relève des cas dans lesquels la prétention émise n'est pas totalement injustifiée. Il n'est donc pas mauvais d'examiner dans chaque situation la valeur de l'argumentation fournie.

Fréquemment, l'appréciation ne suscite aucune difficulté par suite de l'écart qui s'établit manifestement entre l'hommage formel rendu au consommateur et la réalité des conduites quotidiennes : ainsi en va-t-il des efforts actuellement accomplis en divers pays par l'industrie de la réclame en vue de persuader le public que les agences et cabinets s'imposeraient volontairement une censure pour sauvegarder les intérêts des consommateurs. L'affirmation paraîtra bien audacieuse à quiconque sait que désormais les professionnels de cette branche attribuent une importance particulière à la perméabilité de l'enfance aux suggestions, qu'il s'agisse d'orienter l'emploi des sommes relativement considérables dont les enfants disposent à titre d'argent de poche ou d'utiliser l'influence que ceux-ci sont en mesure d'exercer sur leurs parents au titre de certains achats. Sur cette voie, on est même allé jusqu'à employer comme support publicitaire des objets d'usage scolaire en vue de créer, dès le plus jeune âge, un préjugé favorable à l'égard de consommations dont la diminution correspond pourtant à un impératif de santé publique (alcoolisme).

Des remarques du même ordre doivent être présentées à propos des tentatives faites par les spécialistes du *marketing* pour donner la forme [p. 281] d'un service — celui d'informer le consommateur — aux démarches tendant à déclencher l'acquisition d'un produit. C'est ainsi que l'Association Internationale de la Distribution des Produits Alimentaires ne craint pas d'indiquer dans les notices qu'elle consacre à ses buts, que son activité a notamment pour objet d'améliorer le niveau de vie des consommateurs. Observons la marche de ce conditionnement aux États-Unis où il est incomparablement plus avancé qu'en France. Les fabricants de produits alimentaires continuent d'utiliser l'emballage lui-même et la publicité comme mode de promotion commerciale mais ils ont ajouté trois cordes à leur arc.

— Les démarches individuelles : la plupart des grands fabricants ont un « département féminin » ou un « bureau de services au consommateur » qui édite des brochures, des dépliants, des livres de cuisine et qui va jusqu'à offrir des stages gratuits dans une école de cuisine.

— L'action au niveau des écoles : les firmes prospectent systématiquement les classes d'enseignement ménager et fournissent gratuitement aux professeurs des dépliants, des projections fixes, des films, des recettes et, bien entendu, des échantillons des produits mis en vente.

— L'intervention auprès des spécialistes (conseillers en art ménager ou en diététique...) des « faiseurs ou meneurs d'opinion » (ainsi les médecins), des groupes civiques et associations culturelles... Les fabricants considèrent tous ces éléments comme leurs meilleurs auxiliaires — ils les font visiter par des agents spécialisés, leur envoient des communiqués et des brochures, etc. ...

Les Européens qui sont déjà partiellement menacés de semblables méthodes apprendront probablement avec surprise qu'un tel mode de promotion des ventes

est présenté comme un moyen d'échanges réciproques entre le vendeur et l'acheteur ou encore comme la version moderne de l'information du consommateur. Il n'y a pas de limites à l'impudeur des services commerciaux.

Le cas de la normalisation est plus complexe. Dans son principe, l'opération n'a pas de rapport avec la défense du consommateur (spécialement quand la mise en application des normes reste facultative). C'est, pour utiliser une définition technique, un moyen de simplification et d'unification s'adaptant à tous les problèmes déterminés qu'il permet de résoudre par la substitution de règles rationnelles aux méthodes arbitraires. Une autre manière de présenter la normalisation est d'y voir une tendance à réduire les éléments de la production au plus petit nombre de types interchangeables et aussi conformes que possible à des fonctions [p. 282] déterminées. Si l'on en croit les techniciens, beaucoup de normes en vigueur seraient encore imparfaites par suite d'imprécisions ou d'insuffisances dans l'énoncé des points retenus (notamment au titre de l'exposé et de la spécification des mesures à prendre ainsi que des moyens à employer pour obtenir la qualité requise). Cependant, ne serait-ce que par la simplification de la gamme des objets produits (qui entraîne à son tour une diminution notable de la quantité des pièces de rechange) et l'allègement du coût de production qui en résulte, la normalisation a rendu des services considérables à l'industrie dont elle constitue désormais une fonction essentielle.

Ces avantages se prolongent au niveau des consommateurs qui, par exemple, pourront obtenir plus aisément le remplacement d'un élément usé ou perdu. Certes la normalisation demeure avant tout un aspect particulier de l'activité industrielle dont le but élémentaire reste non de procurer des satisfactions au client mais d'enrichir le fabricant. Cependant, il est incontestable qu'un très grand parti peut être tiré de cette méthode pour assurer aux consommateurs la délivrance de produits correspondant, autant que faire se peut, à leur usage.

Cette propriété prend tout son relief quand la normalisation se transforme en une sorte de certification de la qualité appliquée à des biens d'usage direct pour le consommateur (ainsi marque de conformité aux normes pour des équipements ménagers). Désormais, même si le souci initial reste de développer la vente d'un produit en le munissant d'une estampille qui authentifie son aptitude à l'emploi prévu, le consommateur, sous réserve que la normalisation soit correctement faite, est susceptible d'en tirer un avantage immédiat. Nous atteignons de la sorte la deuxième catégorie de groupes, ce rapprochement étant particulièrement clair quand les organismes de normalisation se préoccupent d'associer les destinataires finaux des produits à la définition des normes.

2° Groupes dont l'activité tend à faciliter le choix du consommateur et à en accroître la sécurité par des moyens divers (notamment marque ou notice de qualité) qui, dans l'esprit du producteur, constituent un argument de vente. Ces

groupes dans la gestion desquels se rencontrent normalement des représentants des divers intérêts en présence ont en somme pour ambition de faire coïncider les préoccupations des vendeurs et des acheteurs en conduisant les premiers à offrir aux seconds une marchandise de qualité et en incitant les consommateurs à donner la préférence aux producteurs apportant les garanties requises. À condition d'exprimer correctement les caractéristiques de l'objet — point que nous [p. 283] retrouverons au chapitre suivant — la certification de qualité tout en constituant un mode de promotion commerciale ouvre au client la possibilité de réaliser un choix plus rationnel.

Ainsi présentée la certification devient un élément de l'art d'acheter sans cesser de constituer un aspect de l'art de vendre. Dès lors, pour raisonner en termes de classification idéale, ce genre d'activité se situe au point de convergence des impératifs de la fonction commerciale et des besoins des consommateurs en information objective : il favorise la vente en donnant à ceux-ci après vérification systématique l'assurance que le produit en cause répondra correctement aux espoirs placés en lui.

Disons tout de suite que les unions de consommateurs n'acceptent pas en général cette analyse dont plusieurs éléments prêtent effectivement à contestation. Pour elles, la certification de qualité relève directement du *marketing*. Les Unions en trouvent notamment la preuve, sans même parler de la présence de délégués de la production et du commerce au sein de l'organisme de direction, dans le fait que la certification intervient sur demande expresse de l'industriel, que celui-ci paie de ses deniers les frais de l'expertise et une redevance pour l'usage de la marque et enfin qu'il est libre d'utiliser pour sa publicité la délivrance du label et le contenu de la notice. Du déclenchement de l'opération à l'emploi des résultats, c'est en somme le souci de promotion commerciale qui l'emporte, l'intérêt proprement dit du consommateur ne constituant qu'une préoccupation accessoire.

Le procès le plus grave livré à ces organismes est leur inaptitude à émettre un jugement impartial ou, si l'on préfère, leur soumission aux intérêts des producteurs. En règle générale, j'ai bien trop conscience de l'ubiquité des porte-parole et défenseurs dissimulés du monde patronal pour traiter de tels risques à la légère et je me refuse dès lors à présenter un jugement qui englobe la totalité des organismes relevant de cette formule. Il me paraît peu contestable que les promoteurs de cette entreprise ont eu en vue de pousser la vente des produits nationaux tant sur les marchés intérieurs que sur ceux de l'étranger, mais le fait est qu'ils ont choisi comme arme dans cette entreprise non un redoublement de l'effort publicitaire de type habituel mais une valorisation de la qualité, ce qui correspond tout de même à l'intérêt bien compris du consommateur. Dès lors, réserve faite des aspects techniques de la certification, la dénomination de ces organismes au regard du consommateur dépend de l'aptitude de leurs dirigeants à faire prévaloir vis-à-vis des producteurs les exigences de qualité indispensables.

Il me semble qu'en donnant à des représentants des consommateurs [p. 284] la possibilité d'exercer un contrôle majoritaire sur les activités du groupe (cas de Qualité-Belgique grâce à la présence en son sein de la Ligue des Familles Nombreuses) on réduit sensiblement la valeur de ces objections. Si, par contre, ce sont les producteurs qui donnent le ton ou encore si la fonction *marketing* prend le pas sur l'intérêt des clients, en de telles conditions l'organisme se rapproche beaucoup, jusqu'à se confondre avec eux, des organisations de la première catégorie.

Dans la mesure où ils évitent de proposer un jugement qualitatif à l'acquéreur éventuel, les instituts d'étiquetage d'information prètent moins le flanc à la critique des unions de consommateurs. Cependant, ici encore, les liens noués avec les entreprises par les organismes de ce type suggèrent des réserves et des réticences. Compte, tenu du mode de travail de ces instituts en tout cas il ne me paraît pas possible d'envisager leur introduction dans la première catégorie.

3° Groupes de consommateurs dont la défense du secteur consommation représente le but exclusif mais qui acceptent, à cet effet, de collaborer tant avec le secteur production-distribution qu'avec les services gouvernementaux. L'exemple qui vient immédiatement à l'esprit est celui du Conseil des Ménagères danoises qui, nous l'avons vu, coopère étroitement avec diverses organisations professionnelles notamment au titre de l'étiquetage d'information. Encore qu'il relève d'un modèle particulier, on peut rapprocher de cette association le Conseil des consommateurs norvégiens.

En principe, tout le système de défense des consommateurs scandinaves repose sur une étroite association des autorités publiques, des associations de ménagères et des groupements de producteurs. On peut certes lui faire grief d'adoucir artificiellement les contradictions économiques que la social-démocratie au pouvoir laisse subsister et aussi d'insérer les consommateurs dans un vaste réseau de pratiques paternalistes qui limitent la prise de conscience aux problèmes de l'accroissement des satisfactions matérielles. Mais il reste qu'à divers égards les consommateurs de ces pays jouissent d'une protection sinon totale et parfaite, du moins relativement satisfaisante par rapport aux autres pays.

Or, sur plusieurs points importants, le style scandinave diffère de celui des unions de consommateurs.

4° Groupes de consommateurs qui se déclarent indépendants de toute autre force sociale, qu'il s'agisse des organisations de producteurs ou des services gouvernementaux. Ils poussent théoriquement l'intransi-[p. 285] geance jusqu'au refus de toute subvention publique, l'acceptation d'un tel concours leur paraissant susceptible de restreindre la liberté de manœuvre qu'ils jugent indispensable à l'égard des autorités officielles. Mais si ces principes sont vigoureusement affichés et

mis en œuvre par les organismes des États-Unis et de Grande-Bretagne, il s'en faut de beaucoup qu'ils soient également respectés par tous les membres du Bureau international des Unions de Consommateurs. Plusieurs de ceux-ci ne repoussent en fait ni l'établissement de relations de travail avec le secteur production-distribution ni l'acceptation d'un concours public. À ce titre plusieurs d'entre eux relèvent incontestablement de la catégorie précédente.

Ces groupes pour caractériser leur position socio-économique se contentent d'insister sur l'indépendance dont ils font preuve à l'égard des producteurs et de l'État. Je crois qu'il est nécessaire d'introduire une autre caractéristique : l'acceptation ou le refus du régime existant comme cadre de la défense des consommateurs ou si l'on préfère la tendance à admettre que les problèmes du consommateur sont susceptibles de trouver une solution satisfaisante à l'intérieur des structures capitalistes.

5° Groupes de consommateurs qui considèrent qu'il n'existe pas de solution générale et durable pour la masse mécontente et frustrée des consommateurs modestes dans le respect intégral de l'appropriation privée des moyens de production et des facultés qui en découlent pour les producteurs-distributeurs. Leur particularité est de ramener au régime capitaliste la responsabilité des dangers que court et des risques que subit le consommateur dans les sociétés dites occidentales. En tout petit nombre, ces groupes ont généralement propension à insister sur la nécessité d'un syndicalisme des consommateurs et des usagers. La Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales et la Confédération Générale du Logement me semblent représentatives de cette tendance dont, d'une certaine manière, se réclamaient également les promoteurs de l'Union Nationale de Défense des Consommateurs (mise en sommeil à la fin de 1958 après une brève période d'activité dont les résultats effectifs ne furent pas conformes aux objectifs envisagés).

Cette position n'oblige pas à faire fi des possibilités d'intervention immédiatement disponibles mais elle implique ou impose ne de pas confondre la conquête de ces avantages partiels avec la réalisation du but principal qui est de libérer les consommateurs, une fois pour toutes, des servitudes que leur vaut inévitablement la domination par l'argent de la vie économique et sociale.

*
* *

[p. 286] La classification que je viens d'ébaucher n'a de sens que si elle permet de marquer des lignes de partage cohérentes entre les diverses catégories qui la constituent. En acceptant le risque qu'elles soient qualifiées d'arbitraires, je voudrais faire quelques suggestions à cet effet.

On peut assez aisément établir une ligne de séparation entre les groupes dont la raison d'être est de faciliter ou soutenir l'activité du secteur production-distribution (en somme la première catégorie) et ceux qui, dans les intentions mêmes de leurs promoteurs, comportent à titre exclusif ou partagé, la fourniture de services aux consommateurs. Cependant, les groupes identifiés comme partie ou instrument de l'univers des entreprises doivent être redistribués selon qu'une fois assuré le service du producteur, le consommateur bénéficie ou non d'un avantage réel encore qu'accessoire ou résiduel par rapport à l'objectif principal. Ainsi je ne crois pas que la normalisation (spécialement dans son contenu traditionnel) puisse être réputée comme une technique de protection de la consommation : mais à plusieurs égards le consommateur final (ainsi l'acheteur d'un appareil de chauffage normalisé) peut en retirer de très grands bénéfices. Tout autre est la situation des organismes qui délivrent des labels de complaisance ou, sous le couvert de l'information des consommateurs, assurent en réalité des missions de *marketing*.

Il est par contre plus difficile de tracer des frontières socialement significatives entre les autres catégories. En suivant le point de vue des unions de consommateurs, on ferait passer la ligne de séparation entre les organismes ayant des attaches avec les producteurs ou les pouvoirs publics et ceux qui refusent d'accepter le concours de tels partenaires ou la coopération avec eux. À moins d'admettre qu'il serait souhaitable ou légitime d'introduire des représentants patronaux dans les organismes qui déterminent la politique des syndicats de travailleurs, cette attitude semble fondée. Cependant, à d'autres égards, l'adoption ou le rejet d'une telle collaboration paraît moins caractéristique et moins lourde de sens que l'acceptation ou le refus des structures sociales actuelles. Encore que ce choix ne soit pas sans implications idéologiques, c'est entre la quatrième et la cinquième catégorie que se situe à mon avis la division essentielle, celle en tout cas qui constitue l'élément de rupture décisif dans la sélection des moyens capables de renverser la situation. D'un côté, ceux qui entendent agir au bénéfice des consommateurs sans tenir pour nécessaires ou simplement désirables des modifications profondes dans la répartition du pouvoir économique et de l'influence so-[p. 287] ciale ; de l'autre ceux qui estiment qu'en s'imposant de telles limitations le mouvement des consommateurs ne serait susceptible d'atteindre que des résultats d'ordre secondaire et contribuerait finalement au renforcement du régime responsable des défauts constatés.

Tout compte fait, la divergence entre l'étiquetage d'information et la réalisation d'essais comparatifs me paraît secondaire et d'ordre purement tactique si on en compare les conséquences éventuelles avec celles que serait susceptible d'entraîner la nationalisation des terrains à bâtir, la suppression de rencaissement : privé des loyers d'habitation ou l'extension à l'ensemble de la distribution du système coopératif. Une fois admis que l'on ne touche pas aux fondements socio-économiques du régime, le choix d'un système de protection plutôt que de l'autre

ne me paraît guère comporter de conséquences fondamentales pour le bien-être collectif.

Les organisations américaines de consommateurs, suivies désormais de leurs émules européennes — les secondes vu la fraîcheur de leurs convictions étant parfois plus intolérantes que les premières — estiment que le procédé des tests comparatifs constitue finalement le seul mode de défense des consommateurs et, en tout cas, le plus efficace. Elles critiquent la tendance d'autres groupes à coopérer avec les producteurs sans se rendre compte et en tout cas sans accepter de reconnaître que leur refus de mettre en cause les bases de l'exploitation des consommateurs signifie une coopération de fait avec les éléments dominants du régime économique. Sans en attendre aucun miracle, je suis favorable à la réalisation d'essais comparatifs mais, bien que les Américains s'y livrent depuis trente ans et que les Danois n'emploient le procédé qu'à une faible échelle, je ne crois pas que dans l'ensemble les consommateurs danois soient moins efficacement protégés que les consommateurs américains.

Dès lors, que l'on choisit de travailler dans le cadre du régime, la manière d'agir la plus utile au consommateur n'est pas de procéder par voie d'excommunications péremptoires et moins encore de se livrer à une copie servile des techniques en vigueur dans le pays dominant : elle est de rechercher, compte tenu du contexte, les moyens d'action les plus productifs, ceux qui permettent de tirer le profit maximum de la marge d'intervention que laisse subsister l'option initiale. Et c'est par rapport à la sélection des moyens ainsi opérée qu'il conviendra de déterminer les tactiques à suivre vis-à-vis des autres secteurs de la vie économique.

Si par exemple l'on en arrive à tenir pour souhaitable l'implantation d'un système d'étiquetage d'information, il est clair que ce vœu ne [p. 288] saurait que très difficilement être mis en œuvre sans le concours des organisations professionnelles d'industriels et de commerçants. Le seul point essentiel dans l'ordre des rapports entre les différentes catégories économiques est alors d'obtenir que les entreprises n'occupent jamais une position majoritaire dans les organismes destinés à assurer la protection des consommateurs.

Au total, sous l'angle du combat pour le pouvoir social, l'on peut envisager de ramener finalement de cinq à trois catégories le schéma d'interprétation des groupes qui se réclament aujourd'hui de cette défense qu'il s'agisse d'efforts accomplis *par* ou *pour* les consommateurs :

- Groupes qui sont en réalité, à titre exclusif ou principal, des auxiliaires de la fonction patronale même si leurs activités sont susceptibles de valoir certains avantages indirects ou dérivés aux consommateurs.

- Groupes de protection des consommateurs dans le cadre du régime établi, l'accès à cette catégorie devant être refusée à ceux qui échappent à un contrôle majoritaire effectif des consommateurs (ce qui est le cas d'une partie des

organismes de certification de la qualité). Cette catégorie peut faire l'objet de subdivisions multiples : nature de l'organisation (association de consommateurs ou groupement constitué pour le service de ceux-ci) ; type d'intervention réalisée et de démarches accomplies ; unité ou pluralité des catégories participantes... Tout ce qui touche l'enseignement ménager qui forme aujourd'hui une cible de choix pour le *marketing* relève en principe de cette rubrique.

Admettons que les organismes de cette catégorie n'ont pas tous la même valeur pour les consommateurs encore qu'il soit rarement facile de hiérarchiser les services rendus. En dehors de la formule employée par les associations, il faut prendre en considération la valeur de ceux qui l'utilisent. Il y a des groupements d'essais comparatifs qui sont sérieux et d'autres qui ne le sont pas.

Malgré tout, cette diversité ne doit pas être exagérée. Comme je le montrerai dans le titre suivant, le régime capitaliste impose des servitudes et des limites quasi-infranchissables à tous les groupes dominés qui admettent d'en jouer le jeu ou s'y résignent. Et dès lors, les résultats obtenus par les organisations de consommateurs qui acceptent les règles du marché et de la « demande solvable » ne sauraient être, malgré des divergences dans la manière de procéder essentiellement différents les uns des autres. En d'autres termes, le fondement intellectuel de cette [p. 289] catégorie dont la mise en œuvre n'est pas exclusive de subdivisions internes est l'étroitesse de la marge de manœuvre ouverte aux groupes qui placent leur activité dans le cadre du système établi.

— Groupes qui estiment nécessaire une transformation ou un dépassement des structures actuelles pour assurer une pleine défense des consommateurs. Cette catégorie comprend essentiellement des associations dont les membres, en dehors de la situation ou de la conjoncture sociale qui les rassemblent (condition familiale, adhésion à un syndicat ouvrier, position de locataire dans un grand ensemble H.L.M., maladie chronique...) assument un projet de transformation des relations entre les hommes et donc des rapports de production et d'échange qui conditionnent celles-ci.

Cette présentation trouve sa légitimité ou si l'on veut sa cohérence dans le refus de ces groupes de considérer le consommateur indépendamment de son appartenance sociale et dans l'idée que l'on ne saurait défendre indistinctement tous les consommateurs sans renoncer par là même aux motivations les plus solides de cette défense. Les familles populaires n'ont pas à se préoccuper des conditions d'alimentation et de logement des membres des familles de millionnaires. Si la production divise les hommes, la consommation loin de susciter une mythique unification exprime et accuse en lui donnant de nouvelles dimensions, le poids de ces oppositions.

Admettons que ces groupes sont dans l'ensemble trop faibles pour gêner effectivement le fonctionnement du système capitaliste à partir de la consommation

(un tel résultat ne pouvant être atteint que si les syndicats ouvriers jetaient leur poids dans la balance). Cependant les résultats acquis ne sont pas négligeables, spécialement sous l'angle de la formation de militants. Au surplus, ces groupes, par leur refus d'accepter les pratiques et mots d'ordre des couches dominantes (ainsi les thèses de l'ère de l'opulence) contribuent au maintien de la protestation sociale : dans une perspective d'avenir cette attitude ne doit pas être sous-estimée.

Je n'ai pas encore évoqué le cas des coopératives de consommation, Dans la mesure où elles restent fidèles à l'idéal coopératif tel que l'exprime le pacte d'unité d'action de 1912, leur place est dans la troisième catégorie. Par contre, si leur objectif est simplement de rendre des services immédiats — directs pour les adhérents et indirects pour le reste de la communauté (action sur les prix) — c'est de la seconde catégorie qu'elles relèvent.

[p. 290]

2. Champ couvert.

[Retour à la table des matières](#)

Une autre façon d'apprécier la diversité des groupes qui agissent dans ce domaine est de considérer la variété des champs couverts. Conformément à une évolution générale, on observe à la fois une très nette tendance vers la spécialisation des efforts et diverses tentatives de regroupement. Mais, à l'inverse du mouvement qui prévaut dans le secteur production-distribution, il n'existe encore aucune structure compréhensive d'encadrement et de coordination : il en résulte naturellement des difficultés considérables à propos du choix d'organismes capables de représenter valablement la consommation comme telle dans les divers conseils de l'économie nationale.

En raison de la multiplicité des exemples fournis tout au long de ce titre, il ne me semble pas nécessaire d'insister longuement sur la tendance à la spécialisation. Quel que soit le champ étudié (du logement à la culture, de la maladie au sport...) on rencontre un ou plusieurs groupes à vocation spécifique. Que ces groupes soient forts ou, le plus souvent, faibles, le point est qu'ils existent et qu'ils suffiraient déjà à remplir un annuaire assez épais. La spécialisation se réalise normalement par l'organisation successive des divers intérêts particuliers : mais on note aussi, surtout dans le cadre des groupes constitués en faveur des consommateurs, une distribution des efforts par technique d'intervention (étiquetage, marques de qualité...).

Comme plusieurs autres, le secteur de la consommation illustre en tout cas, la vanité des efforts entrepris pour faire la part des impulsions privées et des stimulations publiques dans la formation du dispositif global d'intervention. Les secondes sont d'autant plus nombreuses dans notre domaine que les premières tardent à se manifester et à atteindre sans appui extérieur le quantum de puissance

indispensable à l'exercice d'un minimum d'influence. On assiste dès lors à ce phénomène, malgré tout peu banal même s'il connaît aujourd'hui une assez large extension, de la création par les autorités ou du financement par celles-ci d'organismes destinés par la suite à effectuer des pressions sur elles. Sans l'ignorer tout à fait, la théorie de la pression des groupes n'a pas encore donné à ce phénomène le relief qui devrait lui revenir.

En dehors des organes spécialisés, on note la présence des groupes à vocation générale reposant les uns sur un rassemblement direct de consommateurs, les autres sur un regroupement de type indirect qui se réalise par le truchement des organisations adhérentes. Il arrive que parmi celles-ci figurent des associations de consommateurs et de ména-[p. 291] gères ainsi que les coopératives de consommation. Mais, et c'est encore le cas le plus fréquent, les groupes qui composent l'organisme de type fédéral représentent en réalité non des groupements proprement dits mais des milieux sociaux que l'évolution actuelle du régime conduit de plus en plus à se préoccuper de l'emploi des revenus et du budget familial (groupements syndicaux, associations familiales, organisations féminines).

Il n'est pas rare que le total des personnes indirectement représentées par l'organisme fédéral s'élève à des millions ou à des centaines de milliers selon la dimension du pays. Pourtant ces organismes ne disposent dans l'ensemble ni du prestige, ni de la capacité de marchandage que devrait leur procurer un effectif de telle ampleur. En réalité, les groupes membres quand ils donnent leur adhésion n'ont pas le sentiment, probablement moins encore la volonté, de mettre en jeu l'intégralité de la puissance dont ils disposent. Tout se passe (et ceci en dit long sur le caractère encore subalterne de la défense des consommateurs) comme s'ils donnaient leur adhésion non à un organisme de protection et dès lors de combat, mais à une sorte de bureau d'étude capable le cas échéant d'exercer des pressions discrètes sur le pouvoir, exclusivement par le moyen de la négociation et de la persuasion.

En tout cas, il n'existe généralement aucun lien organique entre les organes à vocation large et ceux à attributions spécialisées. La structure de type vertical-horizontale qui caractérise normalement les grandes centrales professionnelles fait totalement défaut en ce secteur. À supposer que l'on tente de réunir en un ensemble cohérent les « pièces détachées » qui expriment les diverses préoccupations des consommateurs, l'entreprise se révélerait certainement irréalisable et je puis dire, après avoir dépouillé une très vaste littérature que, réserve faite de déclarations de style sur les avantages de l'union, je n'ai jamais trouvé de programme ou de projet tendant à la réalisation d'un tel but.

Les patrons, et la même remarque s'applique aux autres catégories socio-professionnelles, ont entre eux de nombreux motifs de discord et d'opposition interne mais ils partagent certaines préoccupations ou préventions fondamentales qui, d'une façon ou d'une autre, trouvent leur commune origine dans le souci de

défendre une position économique et le revenu qui en résulte. Rien de tel chez les consommateurs auxquels demeure encore étrangère la notion de consommateur total que pourrait exprimer et défendre un tel organisme de regroupement. Une fois encore nous observons l'effet de concentration qui provoque la formation du revenu et l'effet de dispersion que suscite son emploi. Cette [p. 292] situation pose naturellement le problème de la « représentativité » des groupes appelés à siéger dans les conseils de l'économie nationale et plus généralement à servir aux autorités d« interlocuteurs valables ».

Pendant longtemps, l'élément principalement appelé à assumer ce rôle a été le mouvement coopératif soit que la loi prévoit expressément une telle mission (ainsi deux sièges au Conseil Économique) soit que l'octroi de celle-ci résulte d'une initiative ministérielle (ainsi entrée du mouvement dans le Comité National des Prix). Cependant, au titre de problèmes spécialisés, le gouvernement avait l'habitude de s'adresser à des groupements particuliers (mutualité, caisses d'épargne, associations de tourisme, syndicats d'initiative, anciens combattants, groupes de locataires, etc. ...).

Depuis 1945, le mouvement familial (l'U.N.A.F. au plan national, les U.D.A.F., au niveau départemental) a été appelé à siéger dans de nombreux conseils ou comités à compétences économique et sociale. Plus récemment, l'Union Fédérale de la Consommation s'est vue attribuer un siège en différents organes. Cependant les autorités continuent d'éprouver les mêmes difficultés que par le passé — difficultés simplement accrues par la multiplication des candidats — dans la mesure où il n'existe aucun groupe capable d'assurer la représentation totale des intérêts des consommateurs.

Un point complique le choix des interlocuteurs : la faiblesse dérisoire du chiffre de sièges généralement attribués au secteur de la consommation comme si celle-ci ne représentait pour les autorités qu'une fonction auxiliaire et subordonnée. Cette limitation empêche pratiquement de faire appel à des groupes spécialisés (logement, sports, culture...) et conduit dès lors les autorités à se reposer sur les groupements à vocation générale qui sont rarement équipés pour représenter avec efficacité les divers compartiments de la consommation.

III. FORCE DU MOUVEMENT

[Retour à la table des matières](#)

La multiplication et à quelques égards, la prolifération des groupes fondés par les consommateurs ou s'intéressant à eux, ne doit pas faire illusion. Pour le moment, du moins, même si l'on se limite aux pays économiquement développés dans lesquels se manifeste une activité de cet ordre, le mouvement des consommateurs reste une

force secondaire [p. 293] de la vie économique et sociale. Nulle part y compris, bien entendu, aux États-Unis, il n'a réussi à renverser la vieille dépendance du consommateur vis-à-vis du producteur qui caractérise le jeu économique dans les sociétés capitalistes.

Là où il semble le plus fort (États-Unis) le mouvement des consommateurs s'intègre en réalité dans le régime capitaliste dont il ne met pas en cause les fondements et dont il constitue, tout au plus, un élément de harcèlement. Il est louable de procéder à des essais comparatifs sur les nouveaux modèles de voitures automobiles mais peut-être serait-il préférable de dissuader les hommes de se livrer au gaspillage que représente l'acquisition d'un nouveau modèle quand l'ancien est encore en parfait état de marche. En réalité, et j'en donnerai de multiples exemples dans les titres suivants, jusque dans ses critiques, le mouvement des consommateurs épouse les impulsions et impératifs du système capitaliste : avec tous ses ingénieurs et ses conseils en relations publiques, il a finalement beaucoup moins d'audace que les Équitables Pionniers de Rochdale qui, au plus noir de l'exploitation ouvrière, lancèrent un message de délivrance de l'homme dont trop peu ont su comprendre le sens.

En Europe, et spécialement en France, le mouvement des consommateurs n'a pas encore atteint le stade où l'on pourrait le considérer comme une force de harcèlement soit que le quantum de puissance nécessaire lui fasse défaut soit que l'esprit même des organismes de consommateurs ne soit pas orienté vers une telle lutte. La plupart de ces groupements, mis à part le cas des coopératives de consommation, ne touchent que des publics très faibles. Certaines des activités entreprises — par exemple tout ce qui touche l'étiquetage des produits — sont susceptibles de rendre des services à l'ensemble des consommateurs modestes et des familles populaires mais il serait abusif de prétendre que la situation de ces milieux en a été substantiellement améliorée ou est sur le point de l'être.

Les faiblesses du mouvement des consommateurs apparaissent clairement au seul examen des groupes qui le composent. Un facteur de cette médiocrité est la division des efforts. Ainsi, dans le domaine des essais comparatifs où durant ces dernières années les initiatives se sont multipliées, le public français dispose déjà de trois revues ou périodiques respectivement publiées par l'Union Fédérale de la Consommation, l'OR.GE.CO. et le Laboratoire Coopératif (revues dont le tirage total est, selon les déclarations des responsables, de l'ordre de 75 000 exemplaires). Il est permis de penser qu'une concentration des énergies permettrait d'améliorer la qualité et d'étendre le public de ces expériences.

[p. 294] De plus le mouvement des consommateurs reste divisé par des clivages et oppositions extérieurs à sa mission propre. Une fois encore l'on observe l'action divisive et à plusieurs égards dissolvante des rivalités partisans et des préoccupations confessionnelles. Cette situation n'a rien de surprenant si l'on considère que les mêmes éléments séparent profondément les catégories et milieux

qui, une fois unis, pourraient constituer les plus fermes soutiens de cette activité (syndicats ouvriers, groupements familiaux...) et lui apporter l'inestimable et irremplaçable avantage d'une clientèle de masse.

Autre facteur de faiblesse : les discussions, qui dégénèrent souvent en oppositions ouvertes, sur les modalités optimales de la protection. À quelques égards, nous le verrons, il reste souhaitable, surtout si l'on tient compte de l'insuffisance de nos connaissances scientifiques et technologiques, que la question soit attaquée sous plusieurs faces. Mais ces débats risquent de semer la confusion dans l'esprit des bénéficiaires des démarches accomplies. Déjà très complexe, l'art d'acheter risque d'être rendu plus difficile encore si, aux embuscades tendues par le *marketing* avec le secours de la psychologie moderne, viennent s'ajouter des doutes sur la valeur respective des différents modes d'information mis à la disposition des consommateurs.

En France, un facteur complique le travail du mouvement des consommateurs : la faible propension des Français à donner leur adhésion à des organismes de défense et de représentation collective. On connaît à cet égard la médiocrité du taux de syndicalisation. L'expérience des associations de consommateurs, et elle n'est pas particulière à ce pays, montre la difficulté de leur assurer un niveau d'activité utile à partir du seul poste « cotisations ». Or, dès que ces groupes se livrent à certains types d'activité, — en particulier essais comparatifs — la valeur et, plus simplement, la crédibilité des informations fournies est subordonnée à la possession de moyens financiers importants.

Dans une situation de cet ordre il n'y a pas d'autre solution que la subvention publique. Ce n'est pas un procédé idéal et les concours financiers des autorités officielles ne sont jamais complètement exempts de servitudes. Si l'on veut que cette modalité de financement agisse de manière favorable pour le consommateur, deux conditions sont requises. La première est que les services gouvernementaux considèrent cette aide financière non comme une concession occasionnelle mais comme un devoir permanent (le montant des crédits attribués devant être assez grand pour permettre aux associations bénéficiaires d'atteindre un palier de réelle efficacité). La seconde est que la réception de cette aide n'al-[p. 295] tère en rien l'indépendance des groupes de consommateurs vis-à-vis des gouvernements au pouvoir : il ne faut jamais cesser de dire que l'utilisation de fonds publics pour une tâche quelconque n'entraîne d'obligation et de responsabilités qu'à l'égard de la collectivité tout entière.

En France, l'État alloue désormais des subventions aux plus importantes des associations de consommateurs. Au titre de 1963 ce concours s'est élevé globalement à un montant de l'ordre de 600 000 francs (la moitié en provenance de la Direction Générale des Prix et des Enquêtes Économiques, l'autre moitié étant fournie par le Commissariat Général du Plan et de la Productivité). Bien que ce montant permette de faire du travail utile, le soutien ainsi attribué reste faible

surtout si l'on tient compte de la répartition de cette somme entre plusieurs bénéficiaires (sept au titre de la subvention de la Direction Générale des Prix) et du coût des opérations de laboratoire. Pour la même période l'État a attribué 2 760 000 francs au titre de la productivité du commerce (formation des assistants de commerce, vulgarisation des techniques modernes de commercialisation, enseignement commercial...). On ne peut s'empêcher de penser que l'État eut été mieux inspiré en attribuant ce crédit aux organisations de consommateurs et en incitant le commerce, dont le prélèvement sur les ressources des consommateurs semble bien suffisant pour justifier ce petit sacrifice, à prendre intégralement à sa charge le coût de sa modernisation.

Il est vrai que, comme va nous le montrer le titre suivant, le commerce dispose vis-à-vis des autorités d'une plus large audience et surtout d'une plus grande force de marchandage que les consommateurs.

[p. 296 à 306, notes de fin converties en notes de bas de page.]

[p. 307]

TITRE III •

Domaines d'activité

[Retour à la table des matières](#)

Peut-être le sens de cette activité apparaîtra-t-il plus clairement si tout d'abord nous résumons en quelques mots la signification des précédentes analyses.

Limité à ses seules ressources le consommateur est en proie à de nombreux périls et se trouve livré à une exploitation qui, compte tenu de la pénétration du capital financier dans le secteur de la distribution s'accuse chaque jour davantage. Sa seule arme véritable, l'abstention, il l'emploie peu et pas toujours de manière heureuse. Il protestera éventuellement avec vigueur contre une petite augmentation du prix du lait mais accepte sans pratiquement broncher que la spéculation foncière aggrave les charges de l'habitat de manière entièrement parasitaire ou que de multiples intermédiaires prélèvent sur le coût de ses achats et de ses déplacements des sommes sans rapport avec le service rendu. Certes les consommateurs ne ressemblent pas tous à ces « hommes de Pavlov » souhaités par l'industrie de la publicité mais, le voudraient-ils, ils ne sont pas en mesure de se défendre efficacement contre les puissantes concentrations économique-financières.

Les groupes de défense des consommateurs sont pour la plupart, en France et ailleurs, de création récente. C'est un point à ne pas perdre de vue dans les essais d'évaluation de leur influence. Comme le montrent bien, lors de la scission d'un groupe, les querelles entre les fractions rivales pour l'utilisation du nom et le maintien dans les locaux, l'ancienneté constitue un atout tant vis-à-vis de l'appareil gouvernemental qu'auprès de l'opinion. Sur le plan de l'activité économique, il est rare qu'un rassemblement nouveau parvienne à bénéficier en peu de temps [p. 308] d'une large audience. On connaît pourtant des exceptions à cette norme (parmi les groupes étudiés en ce livre rappel du cas de la Consumers Association).

* [Les numéros entre accolade réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

En raison de la jeunesse d'un grand nombre de ces organismes, j'ai pu en suivre plusieurs de leur naissance au stade présent de leur fonctionnement. Il m'a été ainsi possible d'apprécier la somme de dévouement, en plusieurs cas bénévole, qui leur permet de tourner. Mais dans un monde où la recherche motivationnelle place le consommateur sous sa coupe et où des techniciens calculent l'incitation à acheter suscitée par l'angle de déclivité du plancher d'un magasin, la bonne volonté ne suffit plus : face à des professionnels hautement qualifiés — et d'ailleurs formés avec l'argent des consommateurs — l'amateurisme risque de desservir la cause défendue. Nous courons aujourd'hui le risque que les mouvements européens de consommateurs sous des influences qui ne sont pas toutes désintéressées (ainsi celle des associations américaines de consommateurs) s'engagent sur de fausses pistes ou, du moins, n'emploient pas au mieux les maigres ressources dont ils disposent.

Reste évidemment l'État dont, chemin faisant, j'ai signalé de multiples interventions. Certaines de celles-ci présentent pour les consommateurs une importance capitale (avant tout autre la répression des fraudes) et il serait souhaitable que ces services bénéficient de crédits plusieurs fois supérieurs aux dotations actuelles. Mais l'État n'est pas neutre et la définition qu'il choisit de l'intérêt public reflète le jeu des forces qui tentent de l'investir et des pressions qui s'exercent sur lui. Or les consommateurs ne disposent que d'une toute petite voix dans l'immense chœur revendicatif dont les éléments assiègent chaque jour les services gouvernementaux. Et, comme il en va à tous les niveaux du combat social, celui qui ne lutte pas ou ne lutte que faiblement a toutes chances d'être oublié.

Si l'on n'y prend garde un trait du fonctionnement actuel des régimes représentatifs risque de desservir encore les organismes de consommateurs : la montée du pouvoir des techniciens qui, plus ou moins, caractérise ces régimes. Certes le technocrate n'est nullement l'homme sans entrailles et sans contacts avec les êtres humains que dépeignent les groupements d'inspiration poujadiste. Il a sans doute pour objectif l'amélioration du bien-être collectif mais il entend mettre cette directive en exécution à sa manière qui est la recherche de l'efficacité maximale. Or, quiconque s'inspire d'un tel critère est naturellement porté à agir au niveau du secteur production-distribution et en recherchant l'accord avec les représentants de celui-ci.

[p. 309] Je crains que le technocrate ne s'estime en mesure d'assurer lui-même le bonheur des consommateurs et ne soit enclin de ce fait à tenir leurs organismes de défense et de représentation comme des intermédiaires inutiles sinon même gênants. Les constructeurs et centres d'études patronaux de l'habitat ont certainement plus de poids auprès des techniciens du Ministère de la Construction que les militants de la Confédération Générale du Logement. Au total, l'expansion de la fonction technocratique qui n'est propre ni à la V^e République ni à la France n'est

pas susceptible de faciliter le passage du « consommateur objet » au « consommateur sujet ».

Les associations de consommateurs ont donc une dure partie à livrer pour s'imposer à leurs interlocuteurs. Y sont-elles intellectuellement bien préparées ?

*
* *
*

Du 21 au 23 mars 1962, le Bureau International des Unions de Consommateurs a tenu à Bruxelles un congrès sur le thème : « Le consommateur et le monde de demain. À l'issue de ses débats, le congrès a adopté à l'unanimité une motion intitulée « Manifeste de Bruxelles » qui entend représenter une charte des droits du consommateur et donc servir de critère aux activités et démarches vouées à la défense de la consommation. Ce manifeste, très court, énonce quatre principes ; combattre l'ignorance dans le but de permettre aux consommateurs de faire un choix plus avisé en développant leur information ; éliminer les produits de mauvaise qualité en offrant aux acheteurs des articles qui leur apportent la contre-partie équitable de leur dépense ; assainir les pratiques commerciales en levant les restrictions à la libre concurrence qu'elles soient le fait de monopoles privés ou de réglementations arbitraires des pouvoirs publics ; libérer le commerce des entraves placées par les tarifs douaniers à la libre circulation des produits, ceux-ci ayant pour effet d'augmenter les prix au détriment des consommateurs.

Ce texte, qui entérine les positions habituelles de la Consumers Union des États-Unis, est proprement consternant. En premier lieu le Manifeste ne signale pas, ce qu'illustre pourtant avec force le cas américain, que la lutte contre les pratiques restrictives (législation dite antitrust) est simplement une tromperie si l'on néglige de s'en prendre à la concentration financière monopoliste que nul des gouvernements des pays capitalistes ne songe aujourd'hui à inquiéter.

Mais cette déclaration justifie d'autres critiques plus sérieuses encore ainsi l'omission des dangers que comporte la suppression des barrières [p. 310] douanières au profit d'économies parvenues à un stade supérieur de développement. En se plaçant aux côtés des partisans du libre-échange mondial, les organisations signataires appuient les efforts de tous ordres qu'accomplissent aujourd'hui les États-Unis pour rejeter sur le reste de l'univers, et spécialement sur l'Europe, le poids de leur chômage et de leurs excédents agricoles, — efforts qu'appuie désormais la Grande-Bretagne avec l'aide de ses partenaires de l'Association Européenne de Libre Échange en vue de démanteler le plus complètement possible le Marché Commun. Sous le fallacieux prétexte d'obtenir une baisse du coût de la vie, les membres du Bureau qui appartiennent aux pays de la C.E.E. accordent une priorité de principe au redressement de la balance des

paiements américaine même s'il devait en résulter une diminution de la croissance des industries-clés européennes et un freinage des transformations structurelles qui sont amorcées dans l'Europe des Six.

En réalité, comme le montre précisément l'exemple du Marché Commun, il ne suffit pas d'ouvrir les frontières aux produits de l'étranger pour obtenir une réduction des prix pratiqués, l'appareil commercial absorbant en général les avantages qui pourraient en résulter pour les acheteurs finaux. Le sort des consommateurs européens ne dépend pas de l'envoi massif de produits américains mais de transformations profondes dans le mode de production et de distribution des marchandises (changements impliquant planification de l'économie). Or le Manifeste observe un silence complet sur de telles réformes.

Le défaut le plus grave de ce texte, qui, sous l'angle de la pensée sociale date d'une bonne cinquantaine d'années, consiste en effet dans l'apologie du système du marché pour assurer le bien-être du consommateur. Une fois encore pourtant l'exemple américain aurait pu servir d'avertissement, le marché y étant justement le support de cette économie de futilité que caractérisent la multiplication des incitations à l'achat par des campagnes publicitaires et le développement de consommations ostentatoires chez les privilégiés de la fortune. Il est presque incroyable que des représentants des pays européens où malgré quelques progrès récents la situation des classes modestes est encore si proche de la pauvreté, n'aient pas obtenu et, peut-être, n'aient pas cherché à obtenir l'insertion dans ce texte, qui est un monument de conservatisme social, d'une phrase relative à l'urgence de développer les équipements collectifs — ce qui, évidemment suppose l'intervention sur la scène économique, d'une autre force que la « demande solvable ». Après tout, même le IV^e Plan qui n'est pas précisément un instrument révolutionnaire a reconnu la nécessité d'un tel transfert.

[p. 311] Au total, le Manifeste de Bruxelles, par son inspiration purement capitaliste tend à promouvoir en Europe une conception strictement américaine de la défense du consommateur — américanisation dont en ce domaine la Consumers Union représente l'instrument privilégié. Sur le plan idéologique, les organisations européennes membres du Bureau risquent de tourner le dos à des traditions de lutte sociale au profit d'une phraséologie moralisante d'inspiration néo-libérale qui ne fait aucun mal aux firmes capitalistes et qui coïncide au surplus avec les intérêts économiques des États-Unis.

*
* *

Les groupements de consommateurs agissent sur deux plans qui, tout en ayant parfois des rapports étroits, doivent être distingués : celui du marché, l'objectif étant

de renforcer la position relative des consommateurs vis-à-vis du secteur production-distribution ; celui de l'appareil gouvernemental et des conseils de l'économie nationale en vue d'infléchir dans un sens favorable au consommateur les décisions de la puissance publique. Je voudrais exposer successivement chacun de ces types d'activité. Les résultats acquis étant encore bien éloignés de correspondre aux besoins, j'analyserai ensuite les motifs de ce décalage et les possibilités d'améliorer la situation.

[p. 312]

CHAPITRE X

L'ACTION SUR LE MARCHÉ

[Retour à la table des matières](#)

SELON L'OPTIQUE économique traditionnelle, les mécanismes du marché se chargeraient eux-mêmes d'établir l'équilibre souhaitable entre les prétentions rivales des acheteurs et des vendeurs — équilibre sans cesse remis en cause par les mouvements mêmes de l'offre et de la demande mais à tout instant économiquement juste dans la mesure où le prix, instrument de cet équilibre, se bornerait à traduire les tensions de sens opposé qui se manifestent sur le marché. Encore que cette vue bénéficie toujours d'une assez large audience un phénomène élémentaire, nous l'avons vu, suffit à la disqualifier : l'inégalité des forces entre la production et la consommation, la première concentrant ses efforts et unifiant ses démarches, la seconde procédant par une multitude d'actes isolés. Si l'on veut à toute force garder le principe de l'offre et de la demande, disons alors, que le plus souvent, la première domine la seconde par sa masse et ses facultés de manœuvre. Il va sans dire que l'action unilatérale de la publicité accentue et aggrave cette disproportion des moyens.

Dans le même esprit, les porte-parole des firmes avancent que l'existence de la marque dès lors que délivrée par une maison sérieuse serait susceptible d'aplanir la plupart des difficultés que rencontre le consommateur. Qu'elle soit constituée d'un nom réel (Boussac) ou d'un nom de fantaisie (Lion Noir) la marque est une signature voulant dire que le fabricant accepte la responsabilité de l'article qui porte ce nom. Or la marque (thèse déjà rencontrée) ne saurait acquérir la notoriété qui lui permet de remplir son office commercial sans apporter à l'acheteur une garantie de bonne qualité et donc finalement de sécurité. D'un autre côté l'utilisation de la marque, du moins si elle bénéficie d'une audience [p. 313] suffisante dans le public (ce qui exige des frais de publicité), permet au producteur des fabrications en série et rend plus

facile la commercialisation du produit : circonstances qui, l'une et l'autre, assurent au consommateur qu'il n'aura à payer que le juste prix.

Ce tableau idyllique n'est certes pas entièrement imaginaire. Les marques sérieuses apportent à l'acquéreur une certaine constance de qualité qui est un avantage. Mais l'objet de marque, qui permet toutes les manœuvres de la concurrence monopolistique, est généralement plus cher que l'article non marqué sans que la différence de qualité entre les deux justifie toujours cette majoration (le cas des sous-marques aggravant les doutes que l'on peut entretenir à cet égard). Au surplus, la règle d'or du consommateur, et de ceux qui s'efforcent de la protéger, doit être de ne croire personne sur parole. On peut en trouver une preuve dans les accidents tragiques subis aux Pays-Bas par les consommateurs de margarine Planta (marque « Nieuwe Planta ») : or il s'agissait d'un produit fabriqué par l'une des plus grandes firmes mondiales qui dispose de nombreuses équipes de chercheurs utilisant des laboratoires remarquablement équipés.

Sous plusieurs de ses aspects l'action exercée sur le marché par les groupes de consommateurs tend à l'information de l'acheteur dont chacun connaît les graves déficiences et lacunes. Il est à cet égard banal d'affirmer que l'information est en tout domaine la clé de la démocratie ou que sans véritable information économique la démocratie n'est que verbalisme. Comme toutes les formules à succès, celle-ci contient ou plus exactement dissimule bien des éléments équivoques. Ainsi ne marque-t-elle pas que l'information ne saurait rétablir l'équilibre qu'entre forces de capacité ou de puissance équivalente : même parfaitement informé, le consommateur isolé ne saurait finalement se soustraire entièrement à la domination exercée par les grands complexes économiques. En d'autres termes, l'information n'est pas suffisante pour annuler les conséquences des inégalités dans la distribution de la puissance. Ajoutons qu'il ne suffit pas de diffuser une information valable pour que les destinataires du message en fassent l'usage attendu. Les hommes (voir par exemple le cas des consommateurs d'alcool ou de tabac) montrent une singulière aptitude à ne pas tenir compte de l'information qui leur déplaît ou les gêne. Au surplus, bien des insuffisances dans la réception des informations s'expliquent par des défauts du système social lui-même (ainsi difficultés pour les couches populaires, dont l'accès à l'enseignement rencontre encore de tels obstacles, de tirer pleinement parti du système des essais comparatifs).

[p. 314] Sous ces réserves, qui me paraissent considérables, l'amélioration qualitative de l'information dont disposent les consommateurs est, toutes choses égales, susceptible de renforcer leur position sur le marché. La possession de renseignements exacts sur le prix et la valeur d'usage des produits accroît la liberté d'action dont ils disposent et contribue à augmenter quelque peu le très faible pouvoir économique dont ils jouissent. La valeur d'une information objective est particulièrement grande quand il s'agit de la protection de la santé.

On distribue parfois en deux séries les efforts accomplis en ce domaine par les organisations de consommateurs : l'information qu'elles élaborent elles-mêmes à destination de leurs membres en vue de pallier les lacunes et insuffisances de celle délivrée par les professionnels ; le contrôle ou l'essai d'orientation des renseignements donnés par les pouvoirs publics et les professionnels (notamment au moyen de la publicité). La première série dite directe (« l'information du consommateur par le consommateur ») comporte des moyens variés : conférences, sessions d'études, essais comparatifs, étiquetage... Quant à la seconde, l'aspect principal en est, ou plus exactement devrait en être, la surveillance par d'authentiques représentants des consommateurs des messages publicitaires et la dénonciation publique des erreurs et des tromperies relevées. Utile, la distinction ne doit pas être poussée trop loin car, normalement, une bonne part de l'action directe est justifiée par la nécessité de redresser les affirmations abusives et sans fondement qui abondent dans les renseignements fournis par le secteur production-distribution.

I. LES INTERVENTIONS DANS L'ORDRE DES PRIX

[Retour à la table des matières](#)

Elles sont de deux ordres : les unes tendant à assurer la baisse des prix et singulièrement la compression des marges bénéficiaires dont l'importance aboutit à faire perdre aux consommateurs une large part des économies que permet de réaliser le progrès technique ; les autres visant simplement à mettre les consommateurs au courant des prix pratiqués en vue de leur éviter d'être exploités par des détaillants peu scrupuleux. La première de ces séries d'interventions exige la mise en œuvre d'une capacité de marchandage tandis que la seconde relève simplement d'une campagne d'information. Sans méconnaître systématiquement les services que peut rendre la seconde, seule la première me paraît susceptible de valoir aux consommateurs des avantages décisifs.

[p. 315]

1. Réduction des prix.

Qu'elle soit possible en de nombreux secteurs, les importants rabais consentis en de multiples branches à tous les acheteurs, du moins à tous ceux qui le demandent, l'établissent amplement. Mais si les baisses sont utiles à ceux qui en profitent, elles ne sauraient tenir lieu de la politique systématique et de longue haleine qui serait nécessaire pour réduire l'écart entre le coût de revient et le prix de vente final. J'en dirai autant des diverses formules de groupements d'achat et de coopératives

d'entreprises dont les bénéficiaires sont trop peu nombreux pour qu'il en résulte une modification sensible de la situation générale.

Les consommateurs isolés ne paraissent guère en mesure d'exercer à cet égard une action efficace. L'abstention, quand ils s'y livrent, n'est généralement que relative : elle les conduit d'un produit à un produit voisin jouant le rôle de substitut, le glissement s'opérant chez le même détaillant où elle les pousse d'un commerçant à l'autre pour le même produit ou un produit analogue... Mais il s'agit là de conduites généralement temporaires et qui assez souvent s'annulent réciproquement. Les groupes de consommateurs pourraient certes peser d'un poids plus lourd en organisant des grèves d'achat et en décrétant des boycottages. À condition que l'emploi de cette arme fasse l'objet d'un dispositif cohérent, ce serait un instrument de défense de portée certaine. Le fait est que les consommateurs semblent peu enclins à l'utiliser et le fait est aussi que si les groupements en parlent c'est pour exprimer la volonté de ne pas s'en servir.

L'État se livre souvent à de telles manipulations, de façon généralement désordonnée et dans les périodes de tensions inflationnistes alors qu'une telle action n'aurait de portée qu'en fonction de prix stables. On risque de déconsidérer les efforts de réduction du coût de la distribution dès lors que l'on en fait un simple aspect de la lutte contre l'inflation. Au surplus les pouvoirs publics, harcelés par les petites entreprises, se bornent à agir en surface c'est-à-dire à décréter des baisses tout en laissant subsister les échelons et intermédiaires dont seule la suppression assurerait à l'opération une portée durable. Une fois le péril inflationniste contenu, la surveillance se relâche et les relations commerciales retrouvent vite leur position habituelle ¹. En réalité, seul le système coopératif s'est attaqué correctement à ce problème, la technique utilisée étant de réduire la fonction « distribution » à ses éléments indispensables et d'entreprendre directement la production des biens

¹ Mentionnons ici le cas des professionnels ou boutiques-pilotes qui se sont engagés vis-à-vis des pouvoirs publics à vendre durant une période déterminée certains produits à des prix avantageux pour les consommateurs. Le système couvre sept catégories (poissonniers, bouchers, volaillers, charcutiers, crémiers, droguistes, quincailliers). Je signalerai également l'opération dite des 100 000 points de vente dont l'objet est d'offrir chaque quinzaine, simultanément dans cent mille magasins, divers produits (produits d'alimentation, d'entretien, de toilette...) à des prix réduits d'environ 5%. Créée en avril 1962, l'opération dirigée par un Comité d'action et de liaison des 100 000 points de vente avait pour but, en accord avec les pouvoirs publics, de diriger la consommation des Français vers des produits abondants et bon marché et en particulier de développer les achats de conserves et de confitures. C'était donc au départ une opération d'orientation des achats que le gouvernement s'efforce actuellement de transformer en un instrument de lutte anti-inflationniste (surveillance de l'indice de 179 articles). Prévue pour durer jusqu'au 1^{er} décembre, l'opération a été relancée au début de 1964 avec des opérations sur les pâtes, les sauces, les bouillons et les potages. Les opérations engagées à ces divers titres valent certains avantages aux consommateurs qui en connaissent l'existence et savent en profiter. Mais il n'en résulte aucune transformation profonde ou simplement appréciable de leur condition dans l'économie moderne.

dans tous les cas où les [p. 316] coopératives se heurtent à des branches inefficaces ou dominées par des coalitions monopolistiques.

Les efforts entrepris pour faire baisser les prix (à condition de ne pas constituer un simple stratagème dans un plan de lutte contre l'inflation ou une pure tactique de disruption du marché par les trusts internationaux) vont dans le sens de l'avantage des consommateurs et constituent probablement l'un des services essentiels qu'on puisse leur rendre (étant évidemment exclues de cette appréciation les formules consistant à « sacrifier » quelques articles pour se rattraper largement sur le reste). À ce titre des entreprises comme la Migros suisse — dont l'argument de vente essentiel est d'inciter les consommateurs à la comparaison des prix — ont rendu de précieux avantages aux familles modestes.

Cependant, l'expérience établit que cette gamme d'actions se heurte rapidement à des barrages structurels qui tiennent au régime capitaliste lui-même dont Alfred Sauvy disait voici déjà de nombreuses années — et peu de formules sont allées plus loin dans l'interprétation de cet après-guerre — qu'à moins d'accepter du chômage il ne pouvait plus fonctionner qu'à la hausse. Sans doute la remarque de Sauvy dépasse-t-elle les problèmes du coût de la distribution : mais les abus et excès enregistrés à ce titre — et une fois de plus il faut insister sur le gaspillage « tertiaire » — ont une responsabilité certaine dans cette tendance à la hausse.

2. Information sur les prix.

[Retour à la table des matières](#)

L'Union Fédérale de la Consommation a réalisé en ce domaine de nombreux efforts dont je voudrais présenter une vue générale. L'idée de base est de lier dans toute la mesure du possible les indications données sur les prix à l'état des ressources disponibles sur le marché, ou, si l'on préfère, de donner des prix indicatifs relevés et établis en fonction des tendances de l'approvisionnement. L'un des objectifs principaux de l'opération est d'orienter la demande vers les « produits du jour » les plus abondants afin de permettre au consommateur de faire un meilleur emploi de son argent et d'épargner au producteur le gaspillage de produits périssables. Il s'agit en somme d'éviter que la rigidité relative des habitudes alimentaires ne nuise aux consommateurs (rigidité les exposant à accentuer la hausse d'un produit temporairement rare alors même qu'il serait facile de lui substituer un produit de remplacement ou les conduisant à négliger une ressource offerte en abondance à un prix avantageux).

[p. 317] Depuis septembre 1957, l'Union Fédérale a bénéficié à cet effet de deux émissions radiodiffusées : l'une de bonne heure le matin destinée aux ménagères de la région parisienne et fondée sur les arrivages de nuit aux Halles Centrales ; la seconde, présentée en soirée, et qui, sans fournir des prix indicatifs, mettait en relief pour l'ensemble du territoire les perspectives d'approvisionnement du marché du

lendemain en produits alimentaires (cette seconde émission étant désormais insérée dans le Telex). Il est difficile d'évaluer l'influence de telles démarches, l'information fournie par ces moyens demeurant encore rudimentaire. L'expérience montre en tout cas qu'il est difficile d'intéresser l'auditeur (et donc le consommateur) moyen à de telles émissions.

Une tentative plus large est actuellement réalisée par le Telex-Consommateur qui utilise conjointement la radio, le téléphone (S.V.P.), la presse et la télévision. L'objectif du Telex, qui, créé à l'initiative de M. Missoffe, fonctionne depuis le 9 janvier 1962, est d'indiquer aux consommateurs, en fonction des disponibilités du marché, à quel prix ils peuvent (et devraient) trouver les produits alimentaires. C'est en somme l'extension du système préconisé par l'Union Fédérale. Les responsables de l'expérience tiennent pour un signe encourageant que chaque jour entre 15 h et 20 h S.V.P. reçoive environ 400 coups de téléphone sur ces sujets ¹.

Toujours dans cet ordre d'idées je mentionnerai l'expérience des Comités de liaison Production-Commerce-Consommation dont le premier a été créé en 1952 à Lyon avec le concours des pouvoirs publics et qui ont fait l'objet d'une circulaire ministérielle en date du 18 août 1959. L'objet de ces comités (dont le développement est demeuré très modeste) reste toujours d'assurer le meilleur emploi des ressources disponibles par la connaissance du marché et l'information des consommateurs (au moyen de communiqués de presse et d'émissions radiophoniques). Au cours des dernières années ces comités, dont l'Union Fédérale de la Consommation (qui en a reçu mission expresse par la circulaire d'août 1959 s'efforce de coordonner l'activité) ont obtenu des résultats intermittents et inégaux.

Je mentionnerai également l'œuvre de l'Association des Consommateurs du Haut-Rhin. Cette association groupant des représentants de tous les secteurs de l'activité économique s'est proposé la recherche de solutions capables d'améliorer en profondeur la situation des consommateurs. S'étant à l'origine orientée dans la voie des enquêtes de prix, l'Association a élargi son champ d'action par la définition, en accord avec un certain nombre de détaillants, d'un code de loyauté, les com-[p. 318] merçants qui adhèrent à ce code ayant été munis d'un panonceau dont la présence doit signifier la possibilité pour l'acheteur d'obtenir des produits de qualité à un juste prix. L'Association a également entrepris de réaliser des ventes-témoins,

¹ Selon SALMON (R.), *L'information économique, clé de la prospérité*, Paris, 1963, p. 115. Les émissions du Telex-Consommateurs font l'objet de plusieurs critiques (dont celle de concerner presque exclusivement l'alimentation). Beaucoup doutent de leur efficacité. À en croire les défenseurs du procédé, les conseils d'achat de tel ou tel produit se traduiraient régulièrement par un accroissement des ventes de l'ordre de 20 à 30% chez les commerçants-pilotes. Le Telex dont les crédits ont été accrus d'un million en 1964 exerce une activité très variée dans l'ordre de l'information (envoi de communiqués à des organes de presse, confection de bandes dessinées, constitution de réseaux régionaux de correspondants).

notamment en vue de valoriser les apports locaux et même une campagne pour obtenir l'affichage des prix par les détaillants.

Il semble que depuis 1962 l'Association ait été remplacée par deux organismes : une coopérative de consommation spécialisée dans la vente de l'équipement électro-ménager (CODEF) qui grouperait de 40 à 50 000 consommateurs individuels ; une Organisation régionale des consommateurs du Haut-Rhin (ORCO) fondée par les membres de la coopérative.

De telles expériences sont certainement utiles : mais, dépendant du sens civique et du dynamisme de leurs animateurs, elles restent étroitement localisées dans quelques villes ou régions et, en moyenne s'éteignent assez rapidement. En définitive, la masse des consommateurs n'en profite guère. Celle-ci est-elle susceptible de tirer un plus large profit des démarches accomplies au titre de la qualité ?

II. L'INFORMATION SUR LA QUALITÉ

[Retour à la table des matières](#)

C'est un sujet très complexe dont je ne pourrai ici que tracer les grandes lignes ¹. Avant d'exposer les divers procédés utilisés, je voudrais illustrer l'ambiguïté de la notion même de qualité.

1. Incertitudes de la notion de qualité.

Peu -de mots font dans la vie commerciale l'objet d'un emploi plus fréquent que le terme « qualité ». La qualité, l'acheteur la réclame sans toujours vouloir ou pouvoir en acquitter le coût tandis que le vendeur la proclame ou la garantit sans que ce soit toujours en connaissance de cause. Et pourtant, le concept ne doit pas être aussi clair que cet usage intensif pourrait le laisser croire si du moins l'on en juge par les discussions nombreuses et un peu byzantines intervenues à son propos au cours des dernières années. On comprend que certains, excédés de cette imprécision et des manœuvres qu'elle permet, en viennent à bannir de leurs exposés ou de leurs recommandations le terme même de qualité.

[p. 319] Quand les techniciens se disputent, il n'est jamais mauvais d'avoir recours à la sagesse des grands dictionnaires. La qualité nous dit Littré est « ce qui fait qu'une chose est telle ». Mais il ajoute qu'en un sens absolu le terme signifie

¹ Pour une analyse sensiblement plus détaillée de ces problèmes, je renvoie le lecteur à mon ouvrage *Acheter mieux*, L'information objective du consommateur, O.E.C.E., 1961.

« bonne qualité ». Cette distinction nous suggère une piste utile et, en tout cas, commode. En son premier sens la qualité c'est un ensemble de qualités ou propriétés qu'il s'agit de décrire tandis que dans le second la qualité s'analyse en une appréciation globale sur l'aptitude du produit à rendre le service attendu. Dans les limites de nos connaissances technologiques qui comportent encore de très sévères insuffisances, il est certainement possible de « décrire », mission spécialement utile si l'on considère la tendance à réduire la qualité pour diminuer la durée d'usage. Est-il pour autant possible de juger ?

*
* * *

Envisageons d'abord la qualité comme description des propriétés caractéristiques d'un produit déterminé. Il s'agit donc d'énumérer ou, si l'on préfère, de décrire les traits qui le particularisent et concourent, en définitive, à le faire ce qu'il est ou pour respecter l'étymologie (qualité venant du latin *qualis*) « quel il est ». L'entreprise peut paraître simple au profane mais en réalité elle est d'une rare complexité exigeant que l'auteur de la description se place à une multitude de points de vue. En voici pour les produits alimentaires fabriqués en usine une liste que je tiens de l'intendant général Ley et que son auteur ne présente pas comme exhaustive : salubrité de l'établissement et du traitement ; choix des matières premières ; appréciation sanitaire ; appréciation organoleptique (c'est-à-dire évaluation des propriétés par lesquelles les corps agissent sur les sens et les autres organes) ; éléments de composition du produit fini et intervention d'additifs ; appréciation des constituants chimiques, biologiques, vitaminiques... ; valeur nutritionnelle ; aptitude à la conservation ; aptitude aux transports et aux manutentions exercées tout au long de la chaîne de distribution ; contrôle exercé en usine : établissements, matériels, personnel et hygiène des techniques de fabrication contrôle à la distribution.

Plusieurs de ces propriétés peuvent être saisies à l'aide de critères objectifs, les plus sûrs étant chimiques ou physiques. D'un autre côté le développement des industries alimentaires conduit à présenter le produit au public à l'aide de quelques éléments simples (teneur d'un fromage en matières grasses ou d'un vin en alcool). Il est facile de voir l'imperfection de ces définitions économiques : un pourcentage de matières [p. 320] grasses ne caractérise que de loin la qualité organoleptique d'un fromage et les vignerons tiendraient pour une grave erreur que la qualité de leur vin soit ramenée à une teneur en alcool. Ainsi se profile immédiatement l'une des difficultés essentielles d'un jugement d'ensemble en matière alimentaire : la prise en considération des propriétés gustatives.

S'agissant de produits industriels un élément fondamental pour l'acheteur est la performance : l'étiquetage d'un produit « pur lin » signifie d'après la réglementation des fraudes que le lin n'est pas mélangé à une autre fibre textile mais ne dit pratiquement rien sur la solidité du produit, par exemple un drap. L'acheteur ne sera fixé qu'après usage à moins que des essais n'aient été réalisés pour déterminer cette résistance et que les éléments ne lui en soient communiqués avant que l'achat n'ait été effectué.

Au cours des années récentes de vastes progrès ont été accomplis en vue d'introduire la mesure dans la description et l'évaluation de ces propriétés. De nombreux éléments de la qualité qu'il s'agisse de la pureté d'un acier, de la résistance d'un fil à la traction, de la teneur d'un lait en matières grasses peuvent ainsi faire l'objet d'appréciations chiffrées. Des cycles d'essais ont été mis au point pour vérifier la solidité des produits (machines à casser les chaînes ou à « torturer » les matelas). On s'efforce de définir une notion d'« usage négligent » et de déterminer la capacité d'un produit à résister à des négligences dans son emploi (ainsi bouilloire électrique restant branchée sans eau). On va jusqu'à essayer les produits dits antimites en offrant en pâture des échantillons de laine traitée par ces produits à des colonies de mites sélectionnées.

Les perfectionnements de la technologie ont permis et permettent chaque jour davantage, d'aborder ces analyses avec plus d'exactitude et de sécurité. Mais, et l'avertissement nous vient des meilleurs techniciens, il subsiste encore dans notre savoir de nombreuses et graves lacunes. Une première source d'incertitudes tient à l'insuffisance des méthodes d'essai, mais, plus profondément, nos ignorances portent sur la nature même des propriétés qu'il y aurait lieu de mesurer. Valide pour toutes les sortes de produits, cette observation prend un relief particulier dans l'ordre des articles alimentaires, par suite de leur répercussion directe sur la santé. À propos de la digestibilité des aliments les meilleurs spécialistes n'hésitent pas à dire que nous connaissons beaucoup moins d'éléments qu'il n'y en a encore à chercher : selon eux, par exemple, les éloges ou critiques que l'on décerne en matière de produits amylacés à tels procédés de séchage, de panification, de torréfaction, de cuisson, reposent sur des bases à peu près inexistantes. Les techniciens souli-[p. 321] gnent aussi l'insuffisance de nos connaissances dans l'ordre de la toxicité, l'un des domaines les plus difficiles étant celui des actions cancérogènes (ainsi impossibilité de définir avec certitude l'action des corps dont l'effet cancérogène est discret).

Au profane qui essaie d'évaluer l'état de la science en ces domaines, il apparaît vite que la conduite d'une recherche digne de ce nom, c'est-à-dire capable de répondre avec assurance aux questions de santé publique posées par la production alimentaire moderne, ne saurait être qu'une entreprise de longue haleine. Et, bien entendu, la même remarque vaut pour les produits pharmaceutiques dont j'ai précédemment souligné les dangers. En réalité il ne saurait y avoir de certitude ou

de sécurité sans un délai suffisant d'observation et d'expérimentation (peu compatible avec le souci commercial d'exploiter au plus tôt les nouvelles découvertes).

Notons à ce propos une récente suggestion de l'Institut National d'Hygiène : la réalisation d'enquêtes prospectives dans le domaine de l'étude des effets tératogènes (observation des femmes enceintes depuis le début de leur grossesse et prolongation des examens cliniques des nouveau-nés pendant un temps suffisant). Des études déjà effectuées, il résulte que les produits les plus dangereux à cet égard ne sont pas les plus toxiques car ils tuent le fœtus et déclenchent l'avortement mais ceux qui, moins toxiques, le laissent évoluer en provoquant une série de malformations.

L'un des points essentiels de la description de la qualité est la valeur du contrôle exercé en usine dans le but d'assurer la constance de la fabrication. Or, en dépit du perfectionnement de ce contrôle, cette constance n'est jamais intégralement assurée et il en résulte une difficulté supplémentaire pour l'information sur la qualité sous toutes ses formes. Rien ne permet de certifier que tous les articles mis sur le marché le même jour répondent tous aux conditions ou conventions de base. Sans même parler des différences bien connues entre le prototype et la série, on peut citer plusieurs causes de dissemblance : la « dispersion » véritable loi physique qui fait que les caractéristiques des objets fabriqués tendent à s'écarter plus ou moins de la normale ; les inévitables « lous de fabrication » (paille dans l'acier) ; les initiatives plus ou moins heureuses des services de fabrication (par exemple pour pallier un retard d'approvisionnement en matières premières...). Ce danger est particulièrement grand pour les produits périssables (le passage d'un délai même court suffisant pour altérer, souvent de manière très sensible, les qualités prescrites ou décrites).

[p. 322] Sur ces bases, il est clair que la validité des analyses réalisées sur les produits mis en vente dépend du mode d'échantillonnage adopté. Un souci de sécurité (comme aussi d'équité à l'égard du producteur) commande l'établissement d'un échantillonnage assez large pour annuler les incidences de ces facteurs de dissemblance. Ce peut être une servitude financière assez lourde pour les organisations qui procèdent à l'achat sur leurs deniers propres des produits soumis aux essais.

En principe les producteurs restent libres de déterminer comme ils l'entendent la structure et la composition de leurs produits ainsi que le mode de fabrication et de contrôle de ceux-ci. Mais, dans tous les pays, la puissance publique édicte un certain nombre de règles obligatoires qui restreignent cette liberté de manœuvre et constituent dès lors la base fondamentale de toute action ou information dans l'ordre de la qualité. En France l'élément essentiel d'une telle politique est constitué par le service de la répression des fraudes qui a la charge de préparer et de mettre en œuvre les critères d'ordre public qui s'imposent à tous sans dérogation ni

discussion. Les autorités officielles contribuent ainsi, de manière plus ou moins étendue selon les cas, à la définition de la qualité en édictant des prescriptions que, sous peine de sanctions pénales, il est interdit de transgresser.

À l'égard des questions couvertes par ces dispositions, le producteur, agricole ou industriel, perd sa liberté de manœuvre et l'on peut dès lors avancer que, sous réserve de la valeur effective du contrôle, c'est la loi ou règlement qui apporte l'information de base sur la qualité. *Grosso modo*, cette réglementation comporte tantôt l'interdiction pure et simple d'utiliser certaines substances (ou de les employer au-delà d'une certaine limite de tolérance) tantôt l'obligation de se plier à certaines règles de fabrication (spécialement au titre de la présence et de la part respective des divers corps qui entrent dans le produit). Rappelons également que, de toute manière et pour toutes les sortes de marchandises, la législation française réprime les fraudes sur les « qualités substantielles » (ces qualités étant celles que l'opinion commune se fait d'une chose, c'est-à-dire celles qui découlent des usages loyaux et constants).

Autre facteur intervenant dans le choix des caractéristiques du produit : la normalisation qui consiste à formuler sous le nom de « normes nationales » des règles techniques recommandées simultanément aux producteurs et aux usagers pour leurs fabrications et leurs achats. En France, bien que les normes jouissent d'un statut officiel, organisé par une loi, leur mise en application a un caractère contractuel. Selon une opinion, ce caractère facultatif du système présenterait un avantage dans [p. 323] la mesure où les techniciens responsables du calcul des normes s'estimeraient autorisés à témoigner de plus d'exigences (les réglementations obligatoires ayant tendance à insister sur le minimum plutôt que sur l'optimum).

En matière agricole, un décret du 27 juin 1961 ouvre au gouvernement la possibilité d'imposer aux producteurs une obligation de conformité aux normes homologuées selon les règles habituelles de la normalisation. Cette disposition est en rapport étroit avec la politique agricole de la Communauté Économique Européenne qui oblige ses membres à normaliser peu à peu leur production de fruits et de légumes (les denrées qui ne remplissent pas les conditions exigées — Calibre, présentation... — étant rejetées du commerce intra-communautaire). Les fruits et légumes sont classés à cet effet en trois catégories (extra, premier, deuxième). La catégorie dite « extra » circule librement entre les six pays depuis le 1^{er} août 1962 (la « première » devant être libérée au début de 1964 et la « deuxième » le 1^{er} juillet 1965). Les agriculteurs français désireux de pénétrer sur les marchés de pays membres sont ainsi tenus d'entreprendre un grand effort d'ajustement, le vœu des autorités étant que cette normalisation se réalise aussi rapidement et complètement que possible.

*
* * *

Qu'ils résultent de choix autonomes des producteurs, d'une réglementation publique ou de l'adoption de normes nationales, les éléments qui constituent la qualité au sens étymologique du terme peuvent être décrits et même mesurés du moins dans la limite des connaissances disponibles (certains aspects, tel celui des effets biologiques des aliments, demeurant affectés d'une grande incertitude). Il reste maintenant à voir si l'on peut franchir un pas de plus en formulant un jugement d'ensemble, c'est-à-dire en émettant une appréciation de portée absolue (« bonne qualité ») sur le produit.

La démarche, marquons-le d'emblée, implique au sens propre de l'expression un changement d'échelle dans la mesure où nous passons d'une énumération de particularités à une vue générale. Il s'agit en somme de prendre en considération chacune des propriétés constitutives et la somme de ces propriétés, les différentes parties et le tout qu'elles constituent indissolublement. En principe, c'est le tout qui intéresse le consommateur, les composantes n'ayant de raison d'être et de sens que par rapport à lui. Dès lors, le cheminement qui va de l'analyse des différents éléments destinés à assurer la finalité du produit au jugement [p. 324] global peut passer pour légitime au sens où il paraît commandé par l'intérêt même de l'acheteur éventuel. Mais cette légitimité ne signifie pas que l'opération puisse être effectuée ou du moins qu'elle puisse l'être d'une manière qui corresponde à son but.

La qualité en son sens absolu n'est pas une propriété saisissable par l'expérience immédiate comme la couleur, le poids ou la dimension. C'est une manière de désigner la capacité d'un bien à satisfaire le besoin en fonction duquel il a été conçu ou si l'on préfère, l'aptitude d'un bien à un emploi satisfaisant pour l'utilisateur. La satisfaction du besoin étant individuelle, il pourrait sembler que seul l'acheteur est apte à formuler un tel jugement et que toute tentative pour se substituer à lui est arbitraire. Ce serait vrai, en quelque mesure, si l'acheteur avait la faculté de signaler ses convenances et ses préférences avant la fabrication (cas du « sur mesure »).

Mais la production en masse (séries industrielles) transforme le problème dans la mesure où l'acheteur se voit offrir des biens dont il n'a pas contribué lui-même à établir les spécifications. Quelqu'un qui n'est pas, et il faut l'admettre, ne peut être le consommateur, doit effectuer au départ une option qui est toujours un jugement sur ce qu'il convient de faire pour que cet être impersonnel qu'est le client potentiel, reçoive satisfaction. Sans doute, les techniques modernes d'analyse commerciale (enquêtes de marché notamment) permettent-elles d'introduire dans le jugement certains éléments des préférences énoncées par les acquéreurs éventuels interrogés. Cependant chacun connaît les imperfections et approximations des sondages d'opinion publique dès que l'interrogation porte sur « les goûts et les couleurs ».

Il y a donc, dès le début, une sorte de pari sur la possibilité de faire coïncider un jugement *a priori* de type objectif accompli par la firme et un état de satisfaction subjectif *a posteriori*. C'est, en une très large mesure, l'existence, techniquement

inévitables de ce décalage qui donne son fondement à l'information sur la qualité d'inspiration globale. En définitive il s'agit de rapprocher, ou au moins d'agir dans le sens d'un tel rapprochement, la qualité « en soi » (de nature objective) de la qualité « pour soi » (de signification subjective). Mais la nature même de la production en masse limite les possibilités d'un tel rapprochement en rendant impossible qu'il soit tenu compte de toutes les nuances de l'individu.

Admettons tout de suite qu'un tel jugement est d'une extrême complexité. Si la qualité en son sens absolu peut être définie comme la synthèse des caractéristiques d'aptitude d'un produit à son emploi, la formulation de cette vue générale se heurte à de multiples obstacles dont le premier est qu'il est difficile de formuler un jugement sur le tout quand un si grand nombre des particularités de ce tout demeurent inconnues ou mal connues. Supposons que l'on surmonte ces obstacles en obtenant la présentation d'une série de caractéristiques correctement identifiées et mesurées. Nous ne serions pourtant pas au bout de nos peines car la formulation d'un jugement global implique une pondération des divers éléments ou caractéristiques en présence (ainsi pour un tissu, combinaison de la solidité et de l'aspect esthétique). On peut se demander si cette pondération n'est pas de nature essentiellement subjective, constituant, en somme, le refuge inviolable de la « qualité pour soi ».

C'est justement ce trait de la situation (subjectivité de l'échelle de pondération sans laquelle on ne saurait passer des particularités au tout) qui conduit plusieurs techniciens (dont F. Custot) à affirmer l'impossibilité d'un jugement global de qualité en matière de production alimentaire. Voici l'essentiel de leur raisonnement.

La qualité alimentaire est en réalité le point de rencontre de trois séries d'éléments : des éléments à caractère objectif tout d'abord sans lesquels il n'y aurait pas de qualité du tout (ainsi absence de corps ou de résidus nocifs) ; des éléments à caractère indiscutablement subjectif (couleur, odeur, goût) dont l'estimation varie d'une personne à l'autre ; des éléments d'allure objective enfin (ainsi valeur alimentaire) mais à propos desquels chaque catégorie de consommateurs présente des exigences différentes (le biscuit de qualité étant pour le sportif un biscuit très sucré qui procure des calories rapidement assimilables et pour les travailleurs des pays froids un biscuit très gras qui apporte beaucoup de calories sous un faible volume). Dans ces conditions la qualité alimentaire ne se juge pas : tout ce que l'on peut faire est de la décrire afin de permettre à chacun de choisir sa qualité.

Autre facteur allant dans le même sens — la quasi-impossibilité d'obtenir pour les aliments une constance des éléments constitutifs et de la qualité globale du même ordre que celle réalisée pour les produits industriels. Par ailleurs, et de plus en plus, les produits agricoles ne sont pas consommés immédiatement : leur qualité pour le consommateur dépend de la composition initiale et de l'évolution subie durant la phase de conservation (le résultat final, sur lequel il est impossible de se

prononcer *a priori*, étant fonction des procédés employés et des techniques Utilisées pour le maintien en état).

Il ne semble pas que les consommateurs soient susceptibles de pâtir de cette absence de jugement global sur la qualité. Les règles adoptées [p. 326] au titre de la répression des fraudes (qui s'inspirent des avis émis par l'Académie de Médecine, le Conseil Supérieur d'Hygiène Publique...) permettent en tout cas d'assurer la non-nocivité du produit (tout au moins dans le cadre des connaissances technico-scientifiques disponibles). Mais en réalité la plupart des produits alimentaires dépassent le seuil de sécurité (la normalisation des produits agricoles constituant, lorsqu'elle intervient l'un des facteurs susceptibles d'améliorer la qualité).

L'Association Française pour l'Expansion des Produits Agricoles de Qualité Garantie conteste un tel point de vue. Pour les représentants de celle-ci, les produits agricoles sont susceptibles comme tous les autres de faire l'objet d'une évaluation objective de qualité qui présente des avantages spécifiques. Certes les critères de la répression des fraudes sont précieux mais ils n'ont d'autre ambition que d'écarter des produits ou d'interdire les traitements nuisibles à la santé. Appliquée à l'agriculture (spécialement fruits et légumes) la normalisation se limite à améliorer l'aspect et la présentation des produits. Le régime des appellations contrôlées qui met l'accent sur la provenance (sol et climat) fournit tout au plus une présomption de qualité. La certification présente donc en ce domaine une utilité certaine pour les consommateurs surtout si l'on tient compte des désordres qui caractérisent la distribution des produits agricoles (que leur anonymat permet d'offrir sur le marché sous des appellations trompeuses. Or cette opération est possible grâce à la mise au point d'instruments d'analyse appropriés (critères gustatifs, procédés de testage...).

L'opposition à la présentation d'un jugement général de qualité n'est pas aussi vive pour les produits industriels que pour les produits agricoles. L'aptitude à l'emploi qui, dans la conception extensive présentée ci-dessus, comprend des caractéristiques comme le niveau des performances, la durée d'usage, la sécurité d'utilisation et, en quelque mesure, l'esthétique, paraît susceptible de faire l'objet d'une appréciation fondée (que facilite, sous les réserves déjà dites, la relative constance de la fabrication industrielle). Mais bien entendu, la valeur d'un tel jugement est étroitement subordonnée à un examen minutieux des divers facteurs susceptibles de déterminer ou de conditionner l'aptitude à l'emploi.

Il est fréquent que l'on cite à cet égard comme procédé offrant au consommateur les garanties nécessaires les marques de conformité aux normes et spécialement la marque N.F. Il n'est pas contestable que le travail accompli à ce titre par l'Association Française de Normalisation apporte à l'acheteur des garanties très solides, la contre-partie en étant la lenteur du développement du système. Selon les dirigeants de l'As-[p. 327] sociation mieux vaut une action partielle reposant sur quelques points d'attaches solides qu'une action plus complète ou plus spectaculaire mais fondée sur des bases fragiles. Cette argumentation ne manque certainement

pas de valeur : cependant prise à la lettre, elle aboutirait à enlever toute protection pendant une longue période aux acheteurs des nombreux biens qui ne sont pas encore couverts par la marque N.F.

On peut d'ailleurs se demander si le système de conformité aux normes va jusqu'au bout de l'appréciation de la qualité. Soit par exemple un électrophone : l'ensemble des éléments normalisés qu'il comporte ne saurait assurer totalement sa musicalité, pas plus que la normalisation du disque n'implique l'excellence d'un enregistrement. En règle générale, lorsqu'il s'agit d'appareils complexes destinés à la consommation il est certes possible de définir un nombre de caractéristiques élémentaires ou de méthodes d'épreuve mais la conformité à ces normes ne préjuge pas la qualité globale qui, idéalement, devrait faire l'objet de l'information fournie au consommateur ¹.

Je me rends parfaitement compte des difficultés considérables et, éventuellement insurmontables qu'implique un tel contrôle. Il est peut-être plus sage d'y renoncer. Observons seulement que cette abstention reviendrait à laisser au producteur toute liberté de manœuvre dans la détermination d'éléments essentiels de la valeur d'usage.

*
* * *

Je n'ai pas craint d'allonger cette analyse en vue d'illustrer les difficultés de tous ordres auxquelles se heurtent les organismes qui assurent la mission d'informer les consommateurs sur la qualité. Cependant, la tâche de ces groupes devient encore plus délicate à partir du moment où ils s'efforcent de mettre en rapport le prix et la qualité. Certains se bornent à fournir des renseignements sur la composition du produit et sur la qualité. D'autres estiment que si l'on veut donner aux acheteurs les moyens selon la formule consacrée, d'en « avoir pour leur argent », il est indispensable de rapprocher les deux dimensions, prix et qualité, dont chacune sert de support à l'autre.

La question est d'autant plus complexe que, conditionnés en quelque sorte par l'esprit du régime capitaliste, nous sommes mal équipés pour calculer cette notion

¹ Notons toutefois qu'un avant projet de recommandation de l'Organisation Internationale de Normalisation (juillet 1963) préconise « que les systèmes de marque de conformité aux normes s'appliquent de préférence aux cas où la ou les normes traitent de l'ensemble des caractéristiques essentielles d'aptitude à l'emploi que l'on peut raisonnablement attendre d'un produit du type considéré. Si cependant, dans certains cas particuliers, la marque de conformité aux normes paraît utile pour mettre en valeur une seule ou un petit nombre de caractéristiques essentielles... des dispositions appropriées devraient faire ressortir très clairement l'étendue exacte de la garantie correspondante ».

fondamentale que pourrait ou devrait être le « juste prix ». Une telle estimation, à supposer qu'on prenne le risque de l'entreprendre, comporterait nécessairement des éléments subjectifs (deux personnes qui n'ont pas la même conception de la fonction patronale [p. 328] ou commerciale étant conduite à donner une vue différente du « juste prix » quel que soit le nom qu'on lui donne en pratique et la forme sous laquelle on le présente au public).

En somme la difficulté la plus grande en ce domaine vient de ce que pour lutter contre les abus et excès du marché nous ne disposons que des données fournies par le marché lui-même.

2. Typologie des procédés d'information.

[Retour à la table des matières](#)

J'examinerai trois types de procédés : l'étiquetage et spécialement l'étiquetage dit d'information ; la certification de qualité qui couvre les labels et notices de qualité ; les essais comparatifs de produits. Je présenterai quelques remarques sur la valeur respective de ces techniques pour l'information du consommateur ainsi que quelques suggestions de nature à améliorer ce système.

a) RÔLE DE L'ÉTIQUETTE

Idéalement le rôle de l'étiquetage est double : informer le consommateur et faire jouer éventuellement la responsabilité du vendeur. Tel « il est pratiqué en France, l'étiquetage ne remplit que très imparfaitement ces fonctions. Trop d'étiquettes ne veulent absolument rien dire tandis que d'autres sont très nettement publicitaires et ne donnent pas de renseignements objectifs à l'acheteur. La pratique permet de relever au surplus un grand nombre d'étiquettes trompeuses ou incomplètes. Mentionnons aussi le fâcheux procédé des étiquettes en code dont les indications ne peuvent être comprises que des initiés.

Certes les fabricants ne jouissent pas d'une totale liberté dans le choix des mentions de l'étiquette. Pour les produits alimentaires vendus au poids, le producteur a l'obligation d'indiquer le poids net (ou encore le poids brut et la tare d'usage) sur l'emballage et le récipient lui-même — obligation ne jouant pas pour les articles pesés devant le client, les menus objets et certains produits de biscuiterie portant l'indication du nombre de gâteaux... De plus, certains produits déterminés, alimentaires ou non, font l'objet de réglementations particulières : ainsi un décret du 16 novembre 1951 détermine la composition du chocolat et les différentes dénominations autorisées en fonction de cette composition (dénominations qui doivent figurer sur l'étiquette). Citons aussi un décret du 14 janvier 1955 ayant pour but de permettre au consommateur de distinguer les articles en cuir de ceux qui imitent ce matériau.

[p. 329] En dehors de ces dispositions la seule barrière à la liberté de manœuvre du commerce est le système général de la répression des fraudes (qui permet aux pouvoirs publics d'intervenir dans le cas d'étiquettes particulièrement trompeuses ou violant gravement les usages commerciaux). En définitive, sauf pour des produits particuliers, le secteur production-distribution dispose en ce domaine d'une grande liberté et il est peut-être excessif ou trop optimiste de déclarer qu'il s'agit là d'une « liberté surveillée ».

Tout autre est le système scandinave dit « étiquetage d'information ». Nous avons déjà mentionné les institutions qui s'y livrent en Suède, au Danemark et en Norvège. Je voudrais maintenant donner une vue générale du système qui, dans ces pays, est tenu pour une pièce essentielle de la défense des consommateurs. Je raisonnerai sur le cas suédois dont les autres expériences s'inspirent d'ailleurs étroitement.

L'étiquetage d'information vise à donner aux acheteurs éventuels une connaissance précise de la composition et des caractéristiques de l'article en cause par une réglementation et une codification des données figurant sur l'étiquette. Il s'agit de fournir aux acheteurs des indications dignes de confiance qui leur permettent d'apprécier en connaissance de cause la qualité et les utilisations possibles des marchandises considérées.

La base du travail de l'Institut d'étiquetage est l'établissement pour chaque catégorie de produits de règles ou normes appelées spécifications et dont le contenu est double : tableau des caractéristiques qui doivent être mentionnées sur l'étiquette et indication des méthodes à utiliser pour la mesure des éléments constitutifs. La définition de nouvelles normes est mise en chantier sur la proposition d'une entreprise, d'une (ou plusieurs) organisation professionnelle, d'un groupe de consommateurs privés ou sur l'initiative de l'Institut lui-même. Les normes sont établies par des comités d'experts de l'industrie et du commerce aux travaux desquels participent des représentants des consommateurs.

L'application du système est facultative. Les normes une fois fixées sont portées à la connaissance des entreprises intéressées. Celles qui le souhaitent s'engagent auprès de l'Institut à fournir les informations requises selon les normes établies et à marquer leurs produits de ce que l'on appelle (en Suède) l'« estampille D ». L'usage veut que les entreprises affiliées fixent elles-mêmes la valeur des chiffres inscrits sur l'étiquette sans que l'Institut procède à un quelconque contrôle préliminaire. Mais ce dernier vérifie par la suite que les informations fournies correspondent exactement aux caractéristiques des produits : à cet effet, il achète dans les magasins des exemplaires-témoins ou échantillons qu'il [p. 330] fait analyser dans des laboratoires neutres. Si les déclarations portées sur l'étiquette se révèlent inexactes, le fabricant court de gros risques : poursuites, amendes, retrait de la marque, etc.

L'Institut limite sa mission aux caractéristiques objectives des produits c'est-à-dire à celles susceptibles de donner lieu à une évaluation chiffrée. Il exclut systématiquement tout ce qui touche les questions de goût, d'apparence, de commodité fonctionnelle. Le système met d'abord l'accent sur les propriétés de l'article (ainsi pour un tissu ses réactions au lavage, à la lumière...). Viennent ensuite les indications relatives au contenu, aux éléments, à la composition, à la construction... En somme l'objectif est avant tout de fournir à l'acheteur le moyen de juger les caractéristiques d'un produit (ce que ne permettrait pas de faire, notamment dans le cas des articles textiles, la simple spécification du contenu).

Au total, l'étiquetage d'information se borne à rendre compte des principales caractéristiques mesurables d'un produit : il s'abstient de tout jugement de valeur et ne comporte par principe aucune appréciation de qualité (l'estampille pouvant être accordée au produit le plus simple comme au bien le plus exclusif dès l'instant que le fabricant accepte de se soumettre aux spécifications établies).

La mise en œuvre du système est subordonnée à l'existence des méthodes d'analyse et d'une nomenclature technique standardisée et dépourvue d'ambiguïté. Si la déclaration affirme qu'un objet offre tel degré de solidité, c'est après que ce degré ait été effectivement mesuré. L'Institut suédois estime que si l'on ne dispose pas encore de méthodes permettant de mesurer les caractéristiques d'un produit, il est préférable de surseoir à l'établissement des normes. En ce qui concerne les méthodes et la nomenclature l'Institut agit en contacts étroits avec l'Association Suédoise de Normalisation. Pour la mise au point des procédés techniques, il utilise le concours d'institutions indépendantes de recherches expérimentales.

Au total, ce système constitue une description des différents éléments de la qualité (le produit, *quel* il est) mais non une évaluation globale de celle-ci. Toutes précautions sont prises pour que l'étiquette soit placée en évidence sur le produit et séparée de tout autre texte. Présentant objectivement et même scientifiquement des données statistiques qui doivent permettre au consommateur de se faire une opinion, l'étiquetage d'information laisse finalement une assez grande responsabilité à l'acheteur. Il faut que celui-ci témoigne d'attention et dispose déjà d'une assez bonne information pour tirer le parti maximum du procédé (les diffi-[p. 331] cultés du client étant particulièrement grandes quand il se trouve en face d'une gamme de produits de même usage ayant tous l'« estampille D »).

L'une des faiblesses du système est évidemment son caractère facultatif, le producteur restant maître de s'y affilier selon sa seule convenance. En revanche il présente le grand avantage d'être public, c'est-à-dire de bénéficier à tous les acheteurs éventuels et ceci au moment de l'achat. À condition que le procédé fasse l'objet d'une large utilisation, il n'est peut-être pas exagéré d'en attendre une sorte d'émulation qui pousserait les divers fabricants vers des niveaux élevés de qualité. En définitive, tout en affirmant ne pas garantir un niveau quelconque de qualité, le

procédé créerait les conditions propices à une élévation de la qualité moyenne des articles offerts sur le marché.

Lors d'une enquête effectuée par l'Advisory Council de la British Standards Institution auprès de diverses organisations (féminines, syndicales...) sur l'étiquetage d'information celles-ci ont dans l'ensemble montré un vif intérêt pour le système, spécialement au titre des six catégories suivantes de produit : vêtements d'enfants, tissus pour vêtements, couvertures, tissus d'ameublement, drap et tapis. On voit, et cette enquête recoupe plusieurs revendications déjà signalées, que le secteur de la production textile est désormais l'un de ceux qui préoccupent le plus les consommateurs (extraordinaire évolution des tissus offerts).

b) LABELS ET NOTICES DE QUALITÉ

Nous passons au niveau du jugement global sur la qualité. Le fondement de ce procédé est de dépasser le stade de la simple formulation des caractéristiques du produit pour donner au client une assurance, qui est en même temps un conseil, sur la valeur générale du produit eu égard à l'utilisation envisagée. Dès lors, le système semble, à première vue, apporter davantage à l'acquéreur éventuel que l'étiquetage d'information. Mais quelle est la solidité de la garantie ainsi fournie ?

La certification de qualité est susceptible de prendre deux formes :

- la délivrance d'un label ou marque de qualité, c'est-à-dire d'un signe ou estampille qui par sa seule présence invite le consommateur à croire que le produit en bénéficiant est de qualité, ce qui sous-entend son aptitude à satisfaire dans toutes les circonstances les besoins pour lesquels il a été prévu. C'est une affirmation de type péremptoire, en quelque sorte un argument d'autorité ;
- l'établissement d'une notice de qualité qui, tout en comportant de [p. 332] sérieuses différences avec l'étiquette d'information (présence d'évaluations non chiffrées) part d'une idée analogue qui est de mettre sous les yeux de l'acheteur les éléments essentiels du jugement porté. La notice se veut démonstrative, son but étant de mettre l'acheteur en possession d'éléments suffisants pour l'accomplissement du choix. Il s'agit en somme de lui fournir des certificats décrivant les qualités de constitution et d'usage des produits.

Les organismes comme Qualité-France et Qualité-Belgique utilisent simultanément ces deux formes — ils concèdent aux firmes affiliées l'usage d'une marque mais l'utilisation de celle-ci s'accompagne d'une notice de qualité jointe aux articles qu'elle concerne. Cependant ils tendent désormais à faire prédominer la

notice sur le label ce qui rapproche leur procédé d'intervention de celui employé par les Instituts d'étiquetage d'information : toutefois ces derniers agissent de manière plus systématique et, en se limitant aux éléments mesurables, laissent moins de place à l'interprétation. Comme l'étiquetage d'information, et ce point me paraît important, le système est ouvert au sens où il est susceptible de bénéficier directement et immédiatement à tous les acquéreurs éventuels d'un article (et pas seulement aux membres d'une association ou aux lecteurs d'un périodique). Voici les principales étapes du travail accompli par ces organismes.

L'initiative de la demande d'une marque de qualité est prise soit par une affaire isolée soit (cas allemand en particulier) par des communautés dites de qualité qui, sans aucun doute, voient dans l'opération un moyen de promouvoir leurs ventes. La conséquence de ce régime est que l'assortiment des marchandises pourvues d'une telle marque est nécessairement arbitraire et hétérogène : dès lors le procédé n'apporte pas aux consommateurs une vue d'ensemble du marché. On dira peut-être que seuls les producteurs s'intéressant vraiment à la qualité sont susceptibles de demander un label de ce type. Ce serait oublier le cas des fabricants qui, mettant en vente un produit de bonne ou haute qualité déjà bien introduit sur le marché, estiment ne pas avoir besoin d'un argument de vente supplémentaire.

Face à ces demandes, dont le caractère fortuit est l'une des faiblesses du système, la tâche de l'organisme certificateur est double : d'une part élaborer des cahiers de critères ou caractéristiques et éventuellement déterminer des seuils d'admission à la qualité ; d'autre part procéder à des examens scientifiques et pratiques en vue de certifier la conformité des produits aux critères.

[p. 333] Les cahiers de critères constituent un règlement technique qui s'attache à considérer les produits sous quatre aspects : sécurité, constitution, performances, conditions de production. La sécurité (absence de danger à l'usage pour l'acheteur) fait le plus souvent l'objet d'une réglementation publique dont, bien entendu, l'organisme de certification exige le respect. De même, il impose généralement le respect des normes nationales dans tous les domaines où il en existe (et en particulier pour ce qui concerne la constitution du produit). Dès lors, la principale contribution de l'organisme certificateur porte sur les tests de performance et les conditions de production, ces éléments définissant directement l'aptitude du produit à un usage efficace et satisfaisant. Pour chacun des critères retenus il semble indiqué de fixer des seuils ou minima au-dessous desquels la certification de qualité n'offre pas d'intérêt et peut même présenter des inconvénients (la détermination du point d'équilibre étant dans chaque cas commandée par l'utilisation prévue).

Les cahiers de critères sont préparés par des comités techniques dans lesquels siègent des représentants des principales catégories intéressées (producteurs, utilisateurs, experts). Selon les dirigeants de ces organismes, l'une des principales difficultés serait d'obtenir une représentation valable du secteur de la consommation et, l'ayant acquise, d'en tirer des avis réalistes et rationnels. Il risque

d'en aller ainsi tant que les organisations de consommateurs ne disposeront pas de leurs propres techniciens et ingénieurs (qui, à plusieurs égards, sont aussi nécessaires que les militants).

La teneur des cahiers de critères (et des seuils qu'ils imposent) varie selon les branches de l'activité économique. Pour les produits agricoles ces cahiers insisteront en particulier sur les conditions de production (engrais, nourriture et soin du bétail...) de récolte, de traitement des produits (installations laitières), de triage, de conditionnement, de conservation et de transport.

En spécifiant ces critères les organismes certificateurs se heurtent, comme tous les autres groupes s'occupant de la qualité, aux lacunes et insuffisances de la connaissance. De plus ils affrontent les critiques de ceux qui estiment hors de la portée de quelque expert que ce soit de garantir toute la qualité, spécialement en matière agricole et déclarent impossible de certifier autre chose que quelques qualités — l'honnêteté consistant à dire aux consommateurs lesquelles de ces qualités ont été vérifiées et peuvent dès lors être garanties.

Les produits ayant satisfait aux conditions posées sont admis au bénéfice du système, l'octroi étant rendu public mais le refus étant notifié [p. 334] au seul producteur (restriction critiquée à juste titre me semble-t-il par les associations de consommateurs). En 1962 Qualité-Belgique a refusé 20 produits contre 74 agréés. Le producteur bénéficiaire doit prendre l'engagement de maintenir la constance des qualités attestées et de se soumettre à un contrôle, les manquements constatés pouvant aller jusqu'au retrait de l'agrément. Il doit également s'engager à assurer le remplacement de tout produit non conforme aux spécifications de la notice.

L'information des consommateurs se fait par le jeu des notices de qualité (les agréments donnés par Qualité-Belgique bénéficiant d'une diffusion exceptionnelle par suite de l'accord conclu avec la Ligue des Familles Nombreuses).

En dehors de son inaptitude à donner une vue générale du marché d'un produit déterminé, on fait à ce mode d'information trois reproches : ne pas guider le consommateur dans la comparaison entre le prix et la qualité (cette dernière seule faisant l'objet des appréciations de la notice) ; comporter éventuellement l'octroi de la même marque de qualité à plusieurs produits de même usage sans que soit établie une hiérarchie de leurs mérites respectifs, ce qui complique évidemment la tâche du consommateur ; laisser croire que le produit avec label est nécessairement meilleur que le produit sans label alors que celui-ci peut être supérieur au premier et moins coûteux.

Les unions de consommateurs reprochent à ces organismes d'accepter une collaboration avec les affaires qui risque de les mettre pratiquement aux mains de celles-ci. Les groupes certificateurs voient au contraire dans cette coopération une garantie de bon fonctionnement du système et un élément de supériorité sur la méthode des essais comparatifs. L'industriel qui sollicite la marque de qualité est

tenu de se plier à un certain nombre d'exigences (fournir des explications, laisser visiter les installations de son usine par des experts...). En somme, à l'inverse de l'industriel dont les produits sont analysés sans qu'il l'ait autorisé, celui qui demande la certification est tenu de montrer son jeu. Ce raisonnement est plausible : toutefois sa validité est subordonnée à une totale indépendance de l'organe certificateur par rapport aux firmes considérées. Autrement dit, la coopération avec les firmes a des avantages mais elle comporte des risques, la balance ne penchant en faveur des premiers que si le groupe de certification est en mesure de conserver une totale autonomie vis-à-vis du monde des affaires. Ce n'est certainement pas une position facile à tenir.

Autre grief fait à ces organismes : l'absence de solidité de leurs appréciations. L'Association Française de Normalisation (marque N.F.) es-[p. 335] time que l'ampleur même du champ couvert par ces groupes ne leur permet pas de réaliser les études en profondeur qui sont indispensables pour la formulation de règles indiscutables et pour la mise au point de méthodes d'essais sans défaillances. Ici encore on ne saurait rejeter d'emblée cette argumentation, les organismes qui vivent du produit des cotisations versées par les utilisateurs de la marque ayant pu être conduits à réaliser des certifications pour lesquelles les connaissances disponibles demeurent insuffisantes. Sur ce point je crois qu'il faut exiger des garanties et j'y reviendrai.

Notons finalement que la même argumentation pourrait être invoquée à l'égard de plusieurs organisations d'essais comparatifs qui n'ont pas hésité à se lancer dans ce domaine en dépit d'une totale inexpérience et d'une extrême faiblesse de moyens. Une fois l'activité entreprise, l'essentiel est que les intéressés témoignent d'exigences croissantes de rigueur et de solidité. Il appartient aux consommateurs (associations familiales, syndicales...) d'exprimer sans cesse cette revendication vis-à-vis de tous les organismes qui, à un titre quelconque, s'occupent de l'information sur la qualité.

Faut-il, à la suite d'A. Vernholes, qualifier les labels de « faux tranquillisants » ? ¹. L'expression est certainement valable pour les multiples labels de type péremptoire qui inondent le marché. Beaucoup d'entre eux, que les entreprises se les décernent elles-mêmes ou qu'ils soient attribués par des organisations professionnelles, sont octroyés selon une procédure confondant sur la même tête la qualité de juge et de partie. Je crois qu'il est indispensable de limiter, et de manière très rigoureuse, cette multiplication de signes et d'estampilles d'inspiration purement publicitaire. Je me refuse pourtant à confondre dans cette réprobation tous les organismes certificateurs de la qualité. Dans la jungle commerciale que traverse chaque jour l'acheteur isolé, plusieurs ont tout de même planté des poteaux utiles. Que le système soit imparfait, je le crois. Mais j'estime aussi qu'il est perfectible. Et après

¹ In *Le Monde*, 8 mars 1963, p. 13.

tout les procédés dont nous disposons pour informer le consommateur sur la qualité ne sont pas si nombreux qu'il soit indiqué de rejeter définitivement l'un ou l'autre avant d'être en mesure de lui en substituer un qui soit indiscutablement meilleur.

*
* *

Un décret du 27 juin 1961 a fixé les conditions d'homologation des labels agricoles, le Ministre de l'Agriculture qui la prononce ou la refuse étant assisté à cet égard par le Comité national d'action en faveur des [p. 336] produits agricoles. Récemment M. E. Pisani a exprimé le souhait qu'il n'y ait pas trop de labels, l'attention des consommateurs ne devant être appelée que sur les particularités dignes d'être signalées. Il semble que l'on soit d'accord pour que les fruits et légumes portant label ne dépassent pas le quart de la production (l'exigence de la normalisation devant par contre être étendue à la plus large part possible) ¹.

Je signalerai à ce propos la constitution récente de la Fédération nationale des associations de labels et de certification des qualités agricoles et alimentaires dans le conseil de laquelle est représentée l'Union Fédérale de la Consommation. Le président de cette dernière, M. André Romieu, a soumis aux dirigeants de la Fédération l'idée que l'un des premiers services à rendre pourrait être l'établissement d'une « liste noire » des appellations et qualifications abusives ou trompeuses qui ont cours actuellement sur le marché et de donner une définition précise des appellations admises. C'est certainement une suggestion heureuse et en harmonie avec l'objectif principal de la Fédération qui est de promouvoir l'adaptation des labels aux exigences et, besoins des consommateurs.

Je mentionnerai enfin l'extension au secteur des fruits et légumes de la marque N.F. À cet effet, l'Association Française de Normalisation a créé un Comité particulier qui porte la responsabilité de l'octroi ou du retrait de la marque. De plus, il a été fondé un Institut Technique des Marchés de Produits Agricoles qui groupe l'administration, l'AFNOR et les représentants des organisations professionnelles nationales. L'Institut a pour mission d'inspecter les produits revêtus de la marque N.F. et de déterminer les modalités de l'aide consentie en faveur des produits normalisés (spécialement dans le domaine des tarifs de transport). Le tonnage des fruits et légumes commercialisés sous la marque N.F. est passé de 8 120 tonnes en 1957 à 126 017 en 1961.

¹ Selon *Le Monde*, 16 octobre 1963, p. 20.

C) ESSAIS COMPARATIFS

Récemment introduite en France, cette méthode constitue un intéressant moyen d'information des acheteurs. Ce n'est certainement pas un remède miracle à l'exploitation du consommateur mais celui-ci est susceptible d'en tirer divers avantages. J'ai déjà indiqué les principaux traits de fonctionnement adoptés par les groupes qui se livrent à ces tests. Le point important est que d'un bout à l'autre de la chaîne, c'est-à-dire depuis le choix des produits à tester jusqu'à la publication des résultats, ce sont les représentants des consommateurs et eux seuls qui mènent l'affaire.

[p. 337] La particularité centrale de ce système est d'établir une classification en quelques grandes catégories des produits concurrents (c'est-à-dire essentiellement des marques rivales, seuls les produits de marque offrant la constance relative qui peut donner aux essais une base solide). Voici les catégories de la Consumers Union des États-Unis : *best buy* (que les Belges ont traduit par « maître-achat », *acceptable*, *non-acceptable* (les produits *acceptable* étant souvent subdivisés en *very good*, *good*, *fair*...). Avec des nuances de vocabulaire les diverses associations d'essais comparatifs s'inspirent généralement du même principe de répartition qui tient compte à la fois du prix pratiqué et de la qualité offerte. Or cette classification est publiée avec ses éléments justificatifs dans des périodiques destinés aux membres ou abonnés (ces périodiques étant de plus, en quelques pays, librement offerts au public dans les kiosques). C'est évidemment cette publication qui permet de voir dans ces unions, à l'intérieur des limites déjà dites, une force de harcèlement du secteur production-distribution.

Du point de vue de l'information sur la qualité, cette méthode présente l'avantage d'indiquer avec clarté les différents éléments retenus et examinés en vue de parvenir à la classification finale. Elle répond ainsi au vœu de ceux qui estiment indispensable que soit communiqué au consommateur l'état précis des points retenus et analysés. Les tableaux dans lesquels sont présentés les résultats mentionnent la valeur attribuée à chacun des facteurs choisis. Le lecteur sait ce qui a été examiné. Mais la méthode exige davantage et dans la mesure où l'on veut classer — même s'il s'agit d'une simple distribution en catégories — il est nécessaire d'en arriver à un jugement général qui synthétise les constatations particulières : tâche d'autant plus difficile qu'en vue de formuler des conseils utiles les unions combinent les considérations relatives à la qualité et au prix. Il est clair que toutes les observations déjà présentées sur la difficulté des appréciations globales de la qualité et les éléments de subjectivité qu'il est impossible d'en éliminer s'appliquent ici. La note finale attribuée est le reflet de l'importance relative accordée aux avantages et défauts eu égard aux prix pratiqués. À l'instar des « études » du Guide Michelin, c'est une cotation, et non pas une formulation cardinale, d'utilité.

Les produits à tester sont choisis souverainement par l'association qui en acquitte elle-même le prix — ce qui risque en certains domaines (voitures automobiles, appareils électro-ménagers...) de coûter très cher si du moins l'on veut un échantillon valable.

L'un des avantages du système est qu'il entend donner une évaluation [p. 338] du rapport qualité/prix pour l'ensemble du marché d'un produit déterminé. C'est certainement une démarche importante pour les consommateurs. Mais pour que le but visé soit atteint trois conditions sont nécessaires (avec lesquelles plusieurs groupes prennent des libertés) :

- que toutes les marques en circulation sur le marché entrent dans les essais (y compris les produits importés). Or en plusieurs cas il n'en va pas ainsi, certains estimant que le test est valable dès l'instant que les marques retenues représentent au moins 80% du marché. Je comprends les raisons de cette tolérance mais elle introduit une brèche dans ce système qui ne peut plus dès lors se réclamer d'une totale efficacité ;
- que le nombre des exemplaires de chaque marque retenue soit assez grand pour éliminer l'effet des dissemblances dues à l'impossibilité d'obtenir une fabrication absolument constante. Je n'ai pas le sentiment que la totalité des groupements d'essais comparatifs attache à cette question l'importance qu'elle mérite. Si le nombre des exemplaires testés est trop petit, ne serait-ce que pour des raisons financières, des erreurs peuvent se glisser (et dans les deux sens : jugement indûment favorable ou défavorable) parmi les résultats obtenus ; que les produits testés correspondent bien à la fabrication actuelle (risque que l'analyse porte sur des produits que le fabricant est en train de modifier, le remplacement ne s'effectuant pas nécessairement au même moment dans tous les quartiers et, moins encore, dans toutes les villes).

En somme, pour que la garantie donnée soit valable, il faut établir une stricte coïncidence entre les produits testés et ceux offerts au même moment sur le marché. De plus il faut maintenir cette coïncidence ce qui, compte tenu de la transformation rapide des produits, exige que l'association consacre une part notable de son temps et de ses ressources à refaire les essais déjà effectués. Il en va sans doute de même pour tous les organismes donnant une information sur la qualité, mais dans le cas des essais la volonté d'indépendance à l'égard des producteurs complique indiscutablement le problème.

Les réalisateurs d'essais comparatifs se heurtent aux mêmes difficultés que tous les autres groupes voués à l'étude de la qualité. Les procédés employés sont toujours les mêmes (mesures de laboratoire proprement dites ; épreuves d'usage par utilisation répétée ou continue conforme à la destination de l'article ; expertise par des techniciens compétents et impartiaux). Il semble aussi que certaines associations (ainsi la Consu-[p. 339] mers Association de Grande-Bretagne) ait pris

l'habitude de consulter des panels de consommateurs sur les qualités d'usage des produits — cette adjonction des opinions à l'étude objective des faits montrant bien que le système garde des aspects subjectifs.

Les effets de ce système sont doubles. Ils concernent d'abord en premier lieu les lecteurs du journal qui seront portés à s'inspirer des conseils donnés — ce qui suppose une bonne dose d'attention surtout quand il s'agit d'un achat devant se réaliser à une date éloignée de la publication des résultats. Le principal service rendu est de faciliter la réalisation d'achats rationnels en incitant le consommateur à ne pas considérer que la qualité est proportionnelle aux prix. Sous cet angle le tableau fourni, même incomplet, est plus utile que le label de qualité tel qu'actuellement pratiqué. Non seulement le label ne dit rien sur le prix mais de plus il n'est pas rare qu'un produit sans label soit meilleur et moins cher qu'un produit en bénéficiant. Comme mode de protection du consommateur, le système du label souffre évidemment de son caractère facultatif. Il est vrai que le bénéfice du système des essais comparatifs est en principe réservé aux lecteurs des tableaux.

Cependant le système est susceptible de profiter à tous les consommateurs dans la mesure où le fabricant tiendra compte des critiques faites par le groupement d'essais à ses produits. Sur cette base le système des tests a une valeur pour l'ensemble des consommateurs en conduisant les producteurs à adapter leurs marchandises aux besoins réels de ceux-ci. Il est désormais constant que dans un souci de concurrence les firmes cèdent à la tentation de procéder à des embellissements coûteux de leurs produits dont l'utilité n'est pas manifeste. La divulgation des essais serait-elle de nature à réduire le gaspillage qui caractérise aujourd'hui les économies des pays développés ?

Il est difficile d'apprécier la portée exacte des résultats ainsi acquis mais les rares informations disponibles suggèrent de ne pas la surestimer. Les organisations de consommateurs américains fondent leur propagande sur le fait que l'abonnement au journal serait susceptible de procurer des économies bien supérieures à son coût. Les enquêtes qu'elles ont menées auprès de leurs membres n'infirmement pas absolument cette prétention. Ayant interrogé ses membres à ce propos, la Consumers Union en a reçu 40 000 réponses dont les deux tiers mentionnaient un gain supérieur au coût de l'abonnement. L'expansion très rapide de quelques groupes, la Consumers Association, par exemple, montre que les lecteurs ont conscience de tirer profit de ce système même s'il leur est difficile d'en chiffrer exactement l'ampleur.

[p. 340] Quant à l'effet des tests sur la politique des firmes, la perplexité est plus grande encore. Une recherche déjà un peu ancienne menée aux États-Unis auprès d'une cinquantaine d'affaires importantes a établi que le système de cotation peut provoquer un déplacement des ventes dont le maximum dans les deux sens serait de l'ordre de 4,5% : elle a également montré que plusieurs firmes ont pour principe de prendre en considération, au moins partiellement, les reproches effectués.

Cependant ces résultats qui paraissent assez faibles sont trop fragmentaires pour que l'on en puisse tirer des conclusions fermes.

On s'est longtemps demandé si les firmes mécontentes ou victimes du système n'essaieraient pas d'en stopper le développement par la voie judiciaire (demande de réparations pour le préjudice causé). Or si en plusieurs pays il y a eu quelques procès, ceux-ci sont dans l'ensemble demeurés rares.

En Grande-Bretagne, il semble que la Consumers Association ait trouvé à cet égard un appui dans une déclaration du secrétaire parlementaire du Board of Trade déclarant que pour avoir des chances de succès une action en diffamation devrait faire la preuve, en plus de l'existence d'une perte financière, d'inexactitude dans les déclarations et de malveillance (*malice*) chez leur auteur. Il semble en tout cas que les industriels britanniques aient décidé de ne pas s'en prendre au mouvement par la voie judiciaire.

Au total il apparaît que même pour les pays européens à propos desquels l'on pouvait entretenir certaines craintes, les groupements d'essais comparatifs vu la position prise par les tribunaux peuvent aller de l'avant sans trop s'inquiéter des suites judiciaires éventuelles. Mais bien entendu cette immunité relative suppose que l'organisation ait témoigné de sérieux dans la réalisation de l'opération (caractère adéquat de l'échantillonnage, valeur des moyens techniques utilisés pour les essais, bonne foi et impartialité dans la présentation des résultats).

Le système des tests tend aujourd'hui à s'implanter dans des pays qui pour des raisons diverses (ainsi en Allemagne prestige des marques allemandes, valeur presque symbolique du *made in Germany*) n'y avait pas recours. Dans ce pays le pionnier en matière de tests a été un magazine publié chaque quinzaine *Deutsche Mark* (D.M.) : ce périodique, de style assez proche de *Der Spiegel* dont la diffusion atteindrait aujourd'hui le chiffre de 500 à 600 000 possède ses propres laboratoires et, tout en acceptant de la publicité commerciale, publie les résultats d'essais (qui lui ont valu divers procès spectaculaires et ont plutôt favorisé sa diffusion)¹. Les organisations de consommateurs et les syndicats se [p. 341] sont également lancés dans cette activité, les tribunaux ayant paru admettre que la réalisation d'essais comparatifs n'est pas incompatible avec la loi commerciale allemande. Il en est résulté une véritable inondation de tests.

Devant ce succès, les autorités ont décidé de créer un organisme spécial chargé d'exécuter des tests comparatifs objectifs et neutres. Cet institut qui doit fonctionner comme un organisme indépendant d'intérêt public fera exécuter les

¹ Auquel correspond pour l'Italie, encore qu'en un genre bien différent, le périodique *Quattri Soldi* dont j'ai déjà parlé à propos des remèdes inexistants. Publié mensuellement à Milan, ce magazine atteignait dès ses premiers numéros un tirage de plus de 200 000 exemplaires qui s'est maintenu par la suite. À l'exception des analyses de voitures automobiles réalisées par *l'Auto-journal*, il n'existe en France rien de comparable à ces magazines.

essais dans des centres de recherche existants (un conseil de programmation étant constitué pour chaque test particulier). Il est prévu que les résultats seront publiés dans un périodique spécialisé. En définitive on a retenu le principe de la technique américaine des essais mais en l'utilisant dans des conditions sensiblement différentes (le système tendant semble-t-il à renforcer les chances des producteurs d'obtenir un traitement équitable).

d) PERFECTIONNEMENT DE L'INFORMATION

On s'en est beaucoup préoccupé au cours des dernières années et d'assez nombreuses propositions ont été faites. Sans entrer dans le détail des réformes souhaitées ou envisagées, je voudrais indiquer l'ordre des priorités (ou des urgences) qui me semble le plus conforme aux intérêts des consommateurs.

La première mesure et, à mon avis, de bien loin la plus utile serait de procéder à un renforcement aussi large que possible des effectifs du contrôle des fraudes et d'orienter l'activité de ce service vers la défense du consommateur au sens le plus large du terme. Le nombre d'échantillons actuellement prélevé par le service est de l'ordre de 60 000 par an ce qui représente seulement une petite fraction du nombre total des points de vente. Sans doute le contrôle peut-il s'exercer à partir d'autres éléments d'information que les prélèvements et constitue-t-il de par sa seule existence (la peur du gendarme) un frein sérieux à la fraude. Mais, pour reprendre l'expression du Laboratoire Coopératif, c'est tout de même « un filet aux mailles fort lâches ». Il me semble, en tout cas, que l'efficacité d'éventuelles mesures de protection à l'égard des consommateurs (ainsi réglementation des labels) est strictement subordonnée à l'expansion de ce service qui constitue la base irremplaçable de tout effort sérieux de protection des consommateurs. Autrement dit, c'est la réglementation publique — une réglementation aussi étendue et précise que nécessaire — qui doit constituer la base de la protection des consommateurs.

[p. 342] Au même niveau de priorité, je placerais sans hésiter le développement de la recherche publique et privée dans tous les domaines qui concernent la santé et le bien-être de l'homme, spécialement la nutrition. Il est certes facile de dénoncer les faiblesses et les erreurs des groupes qui se vouent à l'information sur la qualité. La faute en incombe à un système économique qui a découragé les chercheurs de s'attaquer à ces problèmes en abandonnant au marché le soin de réaliser la liste des priorités. La collectivité gagnerait beaucoup par exemple à ce que soit affecté aux problèmes du contrôle bactériologique des aliments une partie des énergies et des talents des chimistes que l'on utilise aujourd'hui à rechercher des crèmes de beauté, des produits diététiques et des formules amaigrissantes. Les ressources humaines nécessaires à cet effort existent mais elles sont trop souvent gaspillées dans des secteurs secondaires et inutiles (économie de futilité). Il est très louable de se déclarer en faveur de la protection des consommateurs. Encore faut-il que les

moyens intellectuels et techniques d'une telle protection soient disponibles. Ceci exige une expansion, d'une ampleur sans précédent, des moyens de recherche.

Les deux séries de mesure que je viens de suggérer ne suffiraient pas à régler tous les problèmes de la qualité mais elles contribueraient de manière décisive à en réduire l'acuité. Si l'on néglige d'agir en ce sens, ou si l'on intervient d'une manière trop timide en ces domaines, tous les autres dispositifs que l'on peut concevoir resteront marqués de fragilité.

Je voudrais maintenant présenter deux autres séries de mesures capables de perfectionner l'acheminement vers le consommateur des résultats ainsi atteints : l'amélioration de l'étiquetage et le développement de la normalisation. Ce sont là des tâches élémentaires qui se prêtent peu à des exploits spectaculaires et retiendront peut-être moins l'attention du public que des essais comparatifs. Je crois pourtant que si l'on veut agir en profondeur, ces deux séries de démarches — dont l'exemple suédois montre bien les rapports étroits qui les unissent (spécialement au titre de l'uniformité de la nomenclature) sont bien plus importantes pour la moyenne des consommateurs que tous les autres modes d'information sur la qualité.

L'étiquetage est capital au sens où il constitue la seule modalité universelle d'information du consommateur. Les pressions qu'exercent aujourd'hui en plusieurs pays les fabricants de produits textiles en vue d'éviter l'obligation d'un étiquetage d'information montrent bien l'ampleur de l'enjeu. Je crois que pour être efficaces les revendications des [p. 343] consommateurs en ce domaine devraient se limiter à un petit nombre de points parmi lesquels l'indication d'une date limite d'utilisation au titre des produits alimentaires. Mais c'est l'expérience suédoise qui nous livre l'observation capitale : l'importance des caractéristiques d'usage. L'indication de la composition exacte d'un tissu synthétique est peut-être essentielle pour un laboratoire de contrôle : au niveau de l'acheteur final la résistance du tissu dans les différentes circonstances de son emploi a une bien plus grande signification. Il va de soi que l'étiquetage d'information n'a de valeur que si pratiqué sous la surveillance et l'action unificatrice d'un organisme public ou semi-public qui collabore avec les fabricants mais sans en dépendre.

J'en dirai autant, à plusieurs égards, de la normalisation dont, dans le système actuel, l'une des faiblesses est la nature principalement contractuelle de sa mise en œuvre. Certains estiment que la normalisation perdrait progressivement sa raison d'être à mesure que l'on passe des biens de production aux biens de consommation. Sans aller jusqu'à croire que la normalisation peut régenter tous les biens que nous consommons, je ne partage pas le point de vue restrictif. Pour tout ce qui touche la sécurité et la qualité de la constitution, la normalisation, à condition que les dispositions favorables aux consommateurs (aptitude à l'emploi) ne puissent être éludées par les producteurs comme c'est, encore le cas aujourd'hui, est susceptible d'apporter aux premiers d'importantes sauvegardes. La technologie moderne suscite

sans cesse l'apparition de nouveaux matériaux dont il est exclu que le consommateur moyen possède jamais une connaissance suffisante. Il est donc indispensable qu'un service public ou au moins d'intérêt public agisse en leur nom pour éprouver la valeur des innovations qui, à un rythme croissant, remettent en cause les éléments constitutifs des produits ¹.

Aujourd'hui l'un des reproches faits à la normalisation est de ne suivre qu'avec retard l'évolution technologique. Sans doute les délais d'étude pourraient-ils être réduits par une augmentation appropriée des effectifs mais il serait vain d'espérer, si du moins l'on veut obtenir des analyses sérieuses, que ce retard soit complètement annulé. Les hommes de la normalisation ont raison de souligner l'inévitable longueur des expériences indispensables à un jugement éclairé. L'obstacle essentiel est que cette obligation d'un examen attentif, et donc nécessairement lent, se heurte au souci des producteurs d'exploiter au plus tôt dans un but de profit les découvertes faites (ne serait-ce que pour devancer les concurrents). Cette préoccupation a pour conséquence de transformer les consommateurs en cobayes.

[p. 344] Sur ce point, il faut être clair : nul ne devrait avoir le droit de mettre sur le marché (et ceci dans tous les domaines mais spécialement dans l'ordre pharmaceutique et alimentaire) des produits et des procédés dont les conséquences pour l'utilisateur demeurent incertaines. Il est nécessaire à cet égard — et comment les signataires du « Manifeste de Bruxelles » n'y ont-ils pas songé — de briser les servitudes du marché qui donne une prime à l'innovation sans trop se soucier des effets possibles de celle-ci. Autrement dit, il est indispensable de découvrir un système qui permette de réconcilier les exigences, à plusieurs égards contradictoires, de la protection des consommateurs et du dynamisme économique.

Tout ceci acquis, ou du moins suggéré, j'en viens à la superstructure de la défense du consommateur : les essais comparatifs et les marques ou labels de qualité. Ces procédés que l'on devrait s'efforcer de rendre complémentaires ne sauraient en aucun cas, ni l'un ni l'autre d'ailleurs, passer pour la base de la protection de la consommation. Ils prennent par contre une valeur significative si on les considère comme susceptibles d'apporter la touche finale à ce système de défense.

À condition d'être conduits avec tout le sérieux désirable, les tests comparatifs me semblent une heureuse initiative. Sur le plan moral ils marquent la promotion du consommateur de la condition d'un simple objet à celle d'un organe actif de l'opération d'échange. Notre système économique étant ce qu'il est, je pense que cette tâche devrait être laissée à des organisations indépendantes des consommateurs, la formule de l'organisation dite neutre que l'on envisage en

¹ Voir à cet égard les remarques d'A. ROMIEU in *Courrier de la Normalisation*, septembre-octobre 1963, pp. 551-553, A. Romieu soulignant à juste titre que l'une des premières tâches à accomplir en ce domaine est la normalisation des appellations.

Allemagne étant suspecte par suite de la force de pression que les producteurs risquent d'exercer sur un tel organisme. En dehors des difficultés techniques, les organismes d'essais se heurtent en plusieurs pays européens à l'insuffisance des ressources disponibles. Cet obstacle devrait être surmonté par l'octroi aux organismes intéressés de subventions suffisantes (et, au départ, une somme de l'ordre de 1 à 2 millions de francs me paraît constituer l'ordre de grandeur souhaitable) ainsi que par la concession de facilités d'examen dans les laboratoires publics. Les résultats de ces essais devraient être divulgués, par priorité et éventuellement de manière gratuite, dans tous les centres et écoles d'enseignement ménager. Il serait également souhaitable qu'à l'instar de la B.B.C. une place soit faite à ces travaux dans le système national de radio-télévision.

J'irai même plus loin en préconisant l'octroi aux organisations de consommateurs d'un certain temps libre, au minimum hebdomadaire, dans les émissions, nationales et régionales, de radio-télévision. Il est indis-[p. 345] pensable que les consommateurs soient placés, autant que faire se peut, dans une situation d'égalité avec les producteurs. La France ayant la chance insigne de disposer d'un système de radio-télévision dont le financement ne dépend pas de la bonne volonté des annonceurs, il serait souhaitable que l'on en profite pour donner aux associations de consommateurs la tribune qui leur a toujours manqué, notamment pour la dénonciation de la publicité mensongère ou abusive.

Bien entendu l'octroi de tels avantages est difficilement concevable si les organismes qui font profession de défendre les consommateurs, ne parviennent pas, d'une manière ou d'une autre, à une certaine coordination de leurs activités. Il est clair qu'aucun dialogue paritaire ne pourra être organisé tant que face à l'organisation professionnelle unifiée des producteurs ne s'établira pas un front uni des associations de consommateurs. À cet égard, les groupes de consommateurs feraient bien de ne pas oublier le coût des rivalités inter-syndicales pour les travailleurs.

J'en arrive enfin au problème des labels ou marques de qualité dont il paraît nécessaire, ainsi que tout un courant y pousse aujourd'hui, d'envisager une réglementation qui, pour être efficace, devrait être assez restrictive. Il ne peut être question de mettre en cause la pratique de la marque proprement dite dont la garantie qu'elle apporte aux consommateurs dépend étroitement des dispositions de la firme propriétaire : probablement ne serait-il pas inutile de revoir la question des sous-marques en vue d'obliger la firme qui les utilise à en prendre la responsabilité (ce qui pourrait mettre fin à bien des abus dans le domaine des prix) et également celle des marques dites collectives qui, employées par un syndicat ou un groupement de producteurs, ont pour but d'appeler l'attention des consommateurs sur un produit de préférence à un autre. L'emploi de telles marques devrait être subordonné à la réalisation par le groupe intéressé d'une certaine

« moralisation » de la profession (fixation de critères de qualité applicable à toutes les firmes vendant le produit en cause).

La même surveillance et les mêmes exigences devraient être formulées à l'égard des « appellations d'origine » qui, en principe, ne garantissent qu'une provenance et sont, souvent, source de déception pour les acheteurs. Quant au label de qualité, je pense qu'il devrait être proscrit sous sa forme péremptoire, son emploi étant strictement subordonné à la présentation conjointe d'une étiquette d'information répondant à des spécifications établies et contrôlées par un organisme public ou semi-public. Ce faisant, on en reviendrait après tout au sens propre du mot *label* (qui en anglais signifie étiquette).

[p. 346] Je ne méconnaissais pas les dangers que comporte l'emploi du label de qualité et dont le premier, je le rappelle, est de suggérer au consommateur que le produit portant label est supérieur au produit qui n'en dispose pas. La généralisation d'un système d'étiquetage d'information, à condition qu'il soit centré sur les caractéristiques d'usage du produit, permettrait sans doute de prendre une position bien plus restrictive à l'égard des dits labels. L'institution d'un tel système d'étiquetage ne semblant pas proche et les conditions de la lutte commerciale étant ce qu'elles sont, le problème est non de proscrire le système des labels de qualité mais d'en surveiller la délivrance et d'en réglementer le contenu.

Je voudrais à cet égard faire deux suggestions, la première tendant à informer le consommateur de la nature de l'organisme qui a délivré la garantie. Il est indispensable en particulier que l'acheteur sache si l'opération représente davantage qu'un satisfecit que le producteur se délivre à lui-même soit directement, soit par le truchement de son organisation professionnelle. Quant au contenu de la notice, il devrait être réglementairement orienté dans le sens d'un étiquetage d'information (le service de la répression des fraudes ayant expressément compétence pour vérifier l'exactitude des mentions portées sur la notice).

De telles normes devraient bien entendu s'appliquer aux organismes de certification de la qualité. Des dispositions devraient être prises pour que des représentants des grands groupes sociaux intéressés par ces problèmes (associations familiales, féminines, syndicales...) jouissent de la majorité des sièges dans les conseils de ces organismes, ceux qui n'appliqueraient pas cette règle étant tenus pour de simples organes de promotion commerciale. De plus, une place devrait y être réservée, à titre de commissaires du gouvernement, à des représentants de la puissance publique (choisis de préférence parmi les techniciens du contrôle des fraudes). En contre partie de ces obligations, l'organisme aurait le droit de se présenter vis-à-vis du public comme un organisme indépendant, et non pas professionnel, de délivrance des labels de qualité.

Ces dispositions réduiraient, peut-être, la liberté de manœuvre de ces groupes auxquels l'on peut, sous cet angle, assimiler les associations ou comités décernant

les marques de conformité aux « normes nationales » : on peut cependant estimer qu'ils en tireraient un surcroît d'autorité de nature à compenser ces restrictions.

Tout en me sentant finalement très proche de la thèse énonçant que la qualité se décrit plus qu'elle ne se juge, je crois que l'on devrait laisser les organismes de certification dépasser spécialement dans le domaine industriel le niveau de l'étiquetage d'information à la suédoise. La notion [p. 347] d'aptitude à l'emploi dégagée par l'Association Française de Normalisation constitue déjà un palier supérieur sur lequel il n'y a pas lieu de revenir. Faut-il aller jusqu'à spécifier une valeur d'usage (musicalité d'un électrophone) qui implique inévitablement l'intervention d'éléments subjectifs ? Je ne crois pas qu'il soit possible d'apporter à cette question une réponse uniforme.

N'oublions pas que les mathématiciens modernes nous suggèrent de plus en plus de ne pas établir de barrière rigide entre le quantitatif et le qualitatif. Un fort courant insiste sur l'aptitude du calcul à pénétrer dans le domaine des facteurs non chiffrables et sur la possibilité d'utiliser, conventionnellement il est vrai, des données quantitatives pour exprimer des facteurs psychologiques. Sur ces bases on est parvenu à analyser par les méthodes de la statistique mathématique des caractères aussi subjectifs que le goût ou l'arôme¹. Une exploration des possibilités ouvertes par ces « mathématiques de l'homme », dont bien peu sont déjà en mesure d'évaluer correctement les perspectives qu'elles ouvrent, permettrait probablement de réduire l'écart entre la « qualité en soi » et la « qualité pour soi » qui reste l'un des obstacles essentiels à la formulation d'un jugement général de qualité.

Signalons en terminant que les art. 7 et 8 de la loi des finances rectificative pour 1963 (*J.O.* du 3 juillet 1963) viennent de poser les bases d'un contrôle de la certification des produits. Ce texte dispose que la délivrance de tout certificat de qualité est subordonné à l'agrément par l'autorité ministérielle d'un règlement technique précisant notamment les spécifications exigées, les conditions de contrôle ainsi que celles de remboursement en cas de non-conformité aux spécifications du produit acheté ou du service rendu. Toutefois divers certificats échappent aux prescriptions de ce système, en particulier les labels institués par la loi d'orientation agricole du 5 août 1960 et les marques de conformité aux normes².

Il est encore difficile d'apprécier la portée réelle de ce texte en l'absence du règlement d'administration publique qui doit en préciser les conditions d'application. Notons toutefois que les facultés de réglementation ainsi ouvertes à la puissance publique sont considérables, le règlement devant délimiter, par rapport au statut de la normalisation, le champ d'action imparti aux organismes de

¹ Voir VESSEREAU (P.), « Une expérience pour tester l'aptitude à la dégustation des tabacs », *Revue de Statistique Appliquée*, 1953, n° 1, pp. 74-81.

² L'AFNOR a vu dans ce texte l'octroi à la marque nationale NF d'une « qualité de référence exemplaire », *Courrier de la Normalisation*, septembre-octobre 1963, p. 529.

certification de qualité ainsi que les termes et dénominations qu'ils pourront adopter. Il est en particulier souhaitable que les autorités profitent de l'occasion pour apporter un peu d'ordre et de simplification dans un domaine où règne aujourd'hui la plus grande confusion.

[p. 348]

e) DIFFUSION DE L'INFORMATION

Voulant éviter le reproche d'utopie qui s'attache inévitablement à la présentation de systèmes trop détaillés (qui sont, en général, autant de châteaux de cartes) je m'en suis tenu à suggérer des orientations plutôt qu'à présenter des projets précis. Mes propositions risquent d'être taxées d'utopiques au sens où des obstacles majeurs sont susceptibles d'en empêcher la mise en œuvre et même la simple discussion. Le rapport des forces n'est certainement pas favorable aujourd'hui à l'adoption de telles mesures. Mais on ne doit pas oublier non plus l'indifférence des consommateurs qu'accentue le mode de fonctionnement du système économique et dont on peut trouver un bon témoignage dans la faiblesse de la diffusion des informations déjà disponibles ¹.

C'est un fait, comme le souligne R. Salmon, que les consommateurs acceptent sans broncher d'être informés par les seuls producteurs cependant que s'approfondit sans cesse davantage l'écart entre la capacité de négociation des vendeurs et des acheteurs — les premiers, sans même parler de la connaissance qu'ils ont de leurs produits tendant de plus en plus, grâce au concours de la psychologie moderne à se mettre au courant des réactions humaines de leurs clients éventuels. Cette inégalité semble aujourd'hui assez forte pour justifier l'emploi des termes « conditionnement » ou « mise en condition » des consommateurs.

De tous les organes d'information du consommateur un seul a une large diffusion : *Le coopérateur de France* magazine familial dont le tirage est de l'ordre de 1 200 000 exemplaires. Si l'on considère que le chiffre des ménages est de 14 millions, la diffusion des autres organes qui ne dépasse jamais quelques dizaines de milliers d'exemplaires est d'« une faiblesse extrême » (R. Salmon). Beaucoup de publications dont l'établissement est le fruit d'un travail en tous points remarquable et dont le contenu est orienté vers une utilisation pratique par les consommateurs n'atteignent même pas le seuil de 10 000.

¹ Sur ces problèmes, voir le rapport fait au Conseil Économique par Mme J. Picard, *L'information du consommateur*. Voir aussi l'ouvrage déjà cité de SALMON (R.), *L'information économique, clé de la prospérité*, pp. 101-107, qui, sous un bref volume, apporte une bonne information sur la situation présente. Sur les obstacles rencontrés en ce domaine par les organisations de défense des consommateurs, voir deux notes du Laboratoire Coopératif d'Analyses et de Recherches : *Les glaces alimentaires* (septembre 1962) et *Histoire des glaces ou les difficultés d'informer le consommateur* (mai 1963).

On peut estimer que la situation résulte d'une inadaptation de cette information aux besoins et souhaits du consommateur mais il est également possible d'y voir un reflet de la passivité du consommateur à l'égard de sa propre défense (remarque que contredit, mais en Grande-Bretagne il est vrai, le succès considérable de *Which*). Faudra-t-il pour être entendus que les groupes de consommateurs adoptent les méthodes qui ont fait le succès des grands hebdomadaires illustrés...

[p. 349] Une telle situation en tout cas fait mal augurer de l'ampleur et de la qualité des pressions que les consommateurs comme tels sont susceptibles d'exercer sur les pouvoirs publics.

[p. 350]

CHAPITRE XI

LES PRESSIONS SUR LES AUTORITÉS PUBLIQUES

[Retour à la table des matières](#)

IL EXISTE encore, en divers milieux, une certaine répugnance à l'idée de mettre au service des consommateurs une activité de pression sur les centres gouvernementaux. On ne sait trop ce qui choque le plus du mot ou de la démarche qu'il désigne. Quoi qu'il en soit les groupements de consommateurs, mus peut-être en cela par une estimation pessimiste de leur capacité intrinsèque de marchandage, hésitent à se définir comme des groupes de pression et à en adopter le style d'action. Dans l'état actuel des rapports socio-politiques dont la constellation oriente le fonctionnement de l'État, cette prudente réserve constitue une grave erreur. S'ils veulent défendre correctement la cause dont ils se chargent, les organismes de consommateurs ne doivent pas hésiter, pour autant qu'ils en aient les moyens, à s'inspirer des tactiques et méthodes qui valent tant d'avantages aux autres forces de la vie économique et sociale. Le problème est seulement de savoir si ces organismes parviendront à obtenir assez d'audience auprès des autorités pour contrebalancer les interventions qui ne connaissent pas de discontinuité ou même de ralentissement du secteur production-distribution.

Admettons pourtant que, les autorités officielles jouissant d'une certaine marge d'autonomie à l'égard des grands intérêts organisés, des dispositions favorables aux consommateurs peuvent être prises ou envisagées qui ne trouvent pas ou ne trouvent que partiellement leur origine dans une pression préalable des bénéficiaires. Il n'est pas vrai que la pression venue de l'extérieur du cercle gouvernemental soit l'unique déterminant des décisions ou mesures officielles. Cependant toutes choses égales, l'exercice d'une telle pression, surtout si elle suscite un large mouvement d'opinion en faveur de la thèse défendue, ne peut que renforcer l'action [p. 351] entreprise par les pouvoirs et en multiplier les chances de succès. La première règle du combat social qu'il se déroule ou non au plan politique

— et aujourd'hui il tend de plus en plus à s'y dérouler — est que les groupes et milieux les mieux défendus sont ceux qui se défendent eux-mêmes.

I. LES INTERVENTIONS SUR LES CENTRES PUBLICS DE DÉCISION

[Retour à la table des matières](#)

Nous avons déjà mentionné plusieurs exemples : ainsi l'action des consommateurs allemands à propos de la législation sur les ententes et sur les additifs alimentaires ou encore, en Belgique, l'action de l'U.F.I.D.E.C. dans l'ordre du traitement des jambons. Pour la France on pourrait aussi mentionner de nombreux exemples dont voici quelques uns empruntés à la période récente : l'intervention de l'Union Fédérale et de l'OR.GE.CO. auprès du service de la répression des fraudes pour l'étude des dispositions relatives à la dénomination et à l'étiquetage des textiles, à l'emploi des matières plastiques, etc. ; les démarches d'OR.GE.CO. à l'occasion des refus de vente (soutien de l'expérience Leclerc) et pour promouvoir des réformes dans le domaine de la production et de la distribution (circuit de la viande) ; l'action menée parallèlement par la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales et l'Union Féminine Civique et Sociale pour le contrôle des prix, du poids, de l'appellation, de l'affichage et de la mise à la disposition de la clientèle des diverses catégories de pain ; l'intervention des organismes familiaux en vue de mettre en évidence les consommations non satisfaites faute de ressources. Ajoutons à ces quelques exemples les très nombreuses interventions accomplies par des groupements spécialisés (ainsi les fédérations de locataires).

Un point complique fortement la tâche des groupes de consommateurs, surtout de ceux à vocation générale : la charge qu'impose le rassemblement d'une documentation adéquate par suite de la variété des problèmes que doivent affronter ces organismes et de la médiocrité de leurs ressources financières. Dans l'ensemble les producteurs restent beaucoup mieux placés que les consommateurs pour régler le coût de l'opération (celle-ci étant, d'une manière ou d'une autre, intégrée dans les frais généraux et donc dans les prix de vente). Soit, par exemple, la [p. 352] fixation du tarif douanier : intéressé par une section déterminée le producteur accomplira sans trop de peine les études lui permettant d'acquérir une information adéquate et les démarches relatives à la transmission de cette documentation aux autorités. Par contre, le coût de l'opération serait prohibitif pour les consommateurs en raison de la multiplicité des sections du tarif qui les concernent directement.

Selon une théorie, d'inspiration assez idéaliste, la structure de l'influence politique dépendrait de l'aptitude des intéressés à rassembler une documentation adéquate et à la faire parvenir aux autorités compétentes. À condition d'admettre que cette inégalité résulte de l'état des rapports sociaux, l'observation semble plausible. On peut en tout cas y voir l'une des raisons faisant que l'activité des gouvernements représentatifs tend à favoriser les producteurs davantage que les consommateurs ¹.

*
* *

C'est un fait que dans leurs décisions de portée économique, les assemblées parlementaires tendent davantage à s'inspirer des intérêts de la production, qu'ils couvrent une branche ou une région que de ceux de la masse des consommateurs. Joseph-Barthélémy a exprimé à ce propos, voici déjà bien des années, des considérations qui restent d'actualité. Les producteurs disait-il, s'ils n'ont guère de reconnaissance ont de la rancune tandis que les groupes à vocation diffuse et à organisation fluide n'ont ni reconnaissance ni rancune. Le député qui négligerait les premiers éprouverait certainement des difficultés dans sa vie professionnelle, Joseph-Barthélémy allant jusqu'à déclarer qu'il aurait bien peu de chances de demeurer dans la vie politique. Même si cette observation surestime la force réelle des groupes de pression, qui sont rarement capables de déterminer l'issue d'une élection, ne serait-ce qu'en raison de leurs rivalités, il reste que les parlementaires sont toujours influencés et parfois terrorisés par de telles menaces. En tout cas Joseph-Barthélémy était fondé à affirmer que « si on prend la défense des consommateurs, ils n'en savent aucun gré ; au contraire si on nuit aux fournisseurs ils auront de la rancune et feront campagne contre celui qui les aura combattus » ².

À première vue cette explication en termes d'« électoralisme » paraît satisfaisante dans la mesure où elle cadre avec les conduites quotidiennes des parlementaires. Il est clair qu'en France aucune assemblée élue n'accepterait de s'en prendre sérieusement à l'institution de la propriété commerciale dont du point de vue des consommateurs les inconvénients [p. 353] sont pourtant graves. Il est douteux qu'un Parlement doté de ses pleines prérogatives n'ait pas réagi de manière négative aux directives données par la « circulaire Fontanet ». Il en va de même pour tout ce qui concerne les intérêts agricoles. Je suis persuadé qu'il n'y a pas d'incompatibilité profonde entre les intérêts des paysans et ceux des

¹ DOWNS (A.), *An economic theory of democracy*, New York 1957, chapitre XIII (spécialement pp. 254-256).

² Cité par DÉFOSSÉ (G.), in *La place du consommateur dans l'économie dirigée*, 2^e édition, Paris 1941, p. 127.

consommateurs, les uns comme les autres souffrant des manœuvres du capital monopolistique et des désordres de la distribution. Cependant le Parlement a toujours choisi en ce domaine des solutions de facilité qui, sans aller à la racine du mal paysan finissent par aggraver, pour le seul profit des intermédiaires la condition des consommateurs ou des contribuables. Il serait sans utilité de multiplier les exemples d'une telle propension.

Et pourtant l'explication par l'électoratisme reste superficielle car elle ne nous explique pas les motifs de la faiblesse de la pression exercée par les consommateurs. Certes les parlementaires ont tort dans l'ensemble d'accorder la priorité aux secteurs de la production et de la distribution. Mais, en une large mesure — et je ne suis pas parmi ceux qui fondent sur cette remarque un anti-parlementarisme agressif ou diffus — les conduites des députés reflètent les préférences et, plus largement, les manières de voir de leurs électeurs. Si les parlementaires s'intéressent peu aux consommateurs en tant que tels c'est d'abord parce que les consommateurs s'intéressent peu à eux-mêmes. En d'autres termes le comportement des représentants élus trouve son origine dans la faiblesse et parfois l'inexistence de la prise de conscience par les consommateurs d'un intérêt qui leur soit propre. La conduite des parlementaires s'explique simplement par le fait que les hommes s'intéressent davantage, et pour les raisons déjà dites, à la formation du revenu qu'aux conditions optimales d'emploi de l'argent gagné.

Dès lors, tant que la consommation sera considérée par les intéressés comme un secteur sinon secondaire du moins subordonné à la conquête du revenu maximum, il y a peu de chances pour que la situation change radicalement. Si les consommateurs ne parviennent pas à constituer des associations puissantes, capables d'obtenir le respect des parlementaires comme des producteurs, les intérêts du secteur production-distribution contribueront à prédominer sur ceux de la consommation. Pour qu'il en aille autrement il faudrait une transformation ou mieux, une réorientation des attitudes habituelles.

Il conviendrait peut-être aussi de se débarrasser de l'idée que les organisations de consommateurs ont vocation à défendre indistinctement tous les consommateurs. Tant qu'on n'aura pas compris que la défense [p. 354] des consommateurs intéresse avant tout les familles de condition modeste — les autres étant en mesure de se protéger de la plupart des risques qui menacent celles-ci et, en tout cas, ces dangers n'ayant pas la même gravité pour elles — la défense politique des consommateurs me semble, réserve faite de la correction d'abus secondaires, devoir demeurer à l'état de vœu pieux. Si la politique est le reflet du combat social, il n'y a pas d'autre moyen d'intéresser les politiciens à la défense des consommateurs que d'insérer cette préoccupation dans la lutte entre les puissants et les humbles, les privilégiés et les opprimés.

Cependant, l'administration moins directement et immédiatement impliquée dans le combat électoral n'est-elle pas susceptible de compenser un peu ce déséquilibre ?

Si l'on en croit un document dressé par la Commission du Marché Commun ¹, la liste des administrations s'intéressant aux problèmes des consommateurs paraît fort longue, l'Italie ne le cédant en rien sous cet angle aux autres membres de la Communauté. En réalité, une analyse de cette liste montre que l'on a tendu à y inclure un assez grand nombre d'administrations économiques (ainsi plusieurs Directions du Ministère de l'Industrie) qui en fait s'intéressent davantage à l'évolution de la demande (consommation-objet) qu'à la défense des consommateurs face aux producteurs. Ce qui frappe au contraire dans cette liste c'est justement l'absence d'un organisme central dont la protection du consommateur sous ses aspects multiples soit la vocation propre (l'un des principaux traits de cette vocation étant d'organiser la convergence d'activités dont la dispersion réduit la signification et la valeur).

On sait qu'à l'instar de ce qui se pratique en Norvège où il existe un Ministère de la Famille et des Affaires des Consommateurs le sénateur E. Kefauver présenta voici quelques années au Sénat américain un projet de création d'un Ministère des Consommateurs. Il prévoyait pour cette unité gouvernementale qui aurait eu à sa tête un secrétaire d'État avec rang de ministre, une triple fonction : constituer au sein du gouvernement américain une représentation effective du peuple américain en tant que consommateur ; exprimer le point de vue des consommateurs dans les organismes officiels ; recevoir et étudier les doléances des acheteurs concernant les pratiques du commerce. Le Ministère aurait regroupé plusieurs services et organes gouvernementaux dont le rôle est en rapports étroits avec le bien-être public (Food and Drug Administration, Home Economics, Human Nutrition Research Branch, National Bureau of Standards, du moins la partie de ce bureau concernée par les biens de consommation...). L'Administration Kennedy favorable à une repré-[p. 355] sentation des consommateurs dans l'Executive branch s'est finalement bornée à un système beaucoup plus modeste. Des initiatives du même ordre ont été prises au niveau de plusieurs des États, la première expérience de cet ordre ayant été la création en 1957 d'un bureau des fraudes et de la protection des consommateurs à l'Office de l'Attorney général de l'État de New York ².

Voici quelques années M. Missoffe semble avoir ambitionné de jouer le rôle d'un tel Ministre : « Écrivez-moi, faisait-il savoir aux Français par le truchement de France-

¹ Liste des services publics et organismes publics et semi-publics intéressés par les problèmes de la consommation dans les pays de la C.E.E.

² Voir HAMILTON (D.), *The consumer in our economy*, Boston 1962, pp. 381-384. On trouvera un bon exposé des institutions existantes in *Bulletin d'Information* de l'Union Fédérale de la Consommation, octobre-novembre 1963, pp. 3-16.

Soir ¹ : Ministre des Consommateurs 41, Quai Branly, pour me dire ce qui ne va pas. Au besoin, je demanderai aux ménagères de faire la grève des achats ». Il ne semble pas que cette tentative ait suscité beaucoup d'élan chez les consommateurs français et provoqué de substantielles transformations dans l'appareil bureaucratique de ce pays. Signalons aussi que le Parti travailliste envisage, en cas de victoire aux prochaines élections de créer un Ministère dont l'une des attributions essentielles serait de veiller au bien-être des consommateurs.

La difficulté de créer sous quelque forme que ce soit une unité gouvernementale de cet ordre est que la défense des consommateurs représente davantage un point de vue sur l'ensemble des problèmes de la vie économique et sociale qu'un secteur défini de celle-ci. Le souci de protéger le consommateur et d'élever son statut comporte certes la prise d'un certain nombre de mesures particulières (par exemple dans l'ordre de la législation alimentaire ou de la réglementation du crédit à la consommation). Mais ce souci implique aussi, en quelque sorte, l'adjonction d'une dimension nouvelle à la politique économique et sociale dans sa totalité — l'une des conséquences fondamentales de cette réorientation des esprits étant de faire prévaloir de nouveaux critères et, plus précisément, de nouvelles priorités dans la répartition des ressources disponibles (ainsi priorité aux questions de la nutrition dans le programme de recherche, priorité à la construction de logements pour les familles à revenus modestes dans l'attribution des crédits...). En somme il y a fort peu de secteurs de l'activité gouvernementale sur lesquels un authentique Ministre de la Consommation n'aurait son mot à dire.

Dès lors, certains, sans contester l'urgence de renforcer les services immédiatement voués à la défense des consommateurs (répression des fraudes et service d'hygiène en particulier) estimeront que le problème est plus de créer un état d'esprit neuf que de fonder une unité ministérielle supplémentaire. En tout cas on n'échappe pas au dilemme de bâtir un Ministère constituant une sorte d'excroissance administrative et vouée [p. 356] au bout de peu de temps à des tâches secondaires ou de créer une Administration dotée de pouvoirs effectifs et qui serait l'un des secteurs-clés de l'appareil gouvernemental. Si l'on se décidait un jour à planifier l'économie française, en prenant soin de ne pas confondre le planisme et la sauvegarde de l'initiative privée, la solution idéale serait de trouver un Ministre du Plan ayant l'intention et les pouvoirs de donner aux intérêts du consommateur (qui ne constituent pas la totalité de l'intérêt public) une place adéquate dans tous les compartiments de l'activité gouvernementale. Le recrutement d'un tel Ministre poserait sans doute plus de difficultés que la création du Ministère correspondant, tellement serait lourde la mission qu'il devrait assumer. Mais, de toute manière, nous n'en sommes pas encore là.

¹ Numéro du 9 novembre 1961, p. 8.

L'intervention des groupes auprès des services de l'administration prend souvent la forme d'une discussion ou d'une négociation technique à partir et en fonction d'un dossier préparé par les intéressés. Jusqu'à une époque récente, les consommateurs n'ont guère été associés à la réalisation du travail administratif sinon par l'intermédiaire des syndicats ouvriers et associations familiales qui ont leurs soucis propres dans l'ordre de la formation du revenu. Dès lors la défense des intérêts de la consommation dépendait pour l'essentiel des dispositions des services administratifs. L'exemple de la Direction Générale des Prix et des Enquêtes Économiques ouvre des perspectives intéressantes sur les conséquences de la carence des consommateurs ¹.

Cette Direction n'est pas en rapport direct avec les syndicats, ceux-ci passant traditionnellement par le Ministère du Travail qui leur sert de porte-parole auprès de tous les autres départements ministériels. La Direction a également peu de rapports avec les consommateurs dont les associations ne jouissent encore que d'une audience limitée. Par contre, elle entretient de nombreuses relations directes et personnelles avec les représentants des organisations patronales. L'Administration estime que ces contacts lui sont indispensables à plusieurs titres : ils lui valent d'utiles renseignements pour la préparation de chaque dossier ; la négociation est moins difficile avec une organisation professionnelle qu'avec les firmes elles-mêmes, la première admettant mieux que les secondes la nécessité de compromis ; enfin le concours des groupes patronaux est précieux pour le respect des accords signés. Ceux-ci se félicitent en général des rapports ainsi noués, leur moyen d'action sur l'administration consistant dans la présentation d'un dossier aussi précis que possible.

La Direction des Prix n'est liée d'aucune manière par les avis et renseignements que lui apportent les organisations patronales. D'un autre [p. 357] côté, elle se considère comme chargée de défendre les intérêts des consommateurs vis-à-vis des Ministères qui représentent les producteurs. L'objectif qu'elle vise dans les périodes où son activité prend la plus grande signification et revêt la plus grande importance étant de contenir les prix, on peut certes admettre que ses démarches ont normalement tendance à coïncider avec les intérêts des consommateurs. Cependant ceux-ci seraient mieux placés auprès des autorités si, dès le début, ils étaient en mesure de présenter leur propre dossier ou, au moins de discuter celui des producteurs.

Reste il est vrai l'intervention du Comité National des Prix (sans parler des comités départementaux purement formels et absolument inefficaces) dont l'avis doit en ce domaine précéder la prise des arrêtés interministériels et ministériels. Constitué selon le schéma de l'« administration consultative » ce Comité dont les

¹ Voir un mémoire présenté à l'Institut d'Études Politiques de Paris par PETIT (J.), sous la direction de B. Gournay, *La Direction générale des prix et des enquêtes économiques*, ronéographie (1962).

avis ne lient pas les autorités comprend des représentants des diverses catégories de la vie économique et sociale. Sur ses 27 membres, l'agriculture, l'industrie et le commerce, les syndicats ouvriers disposent chacun de six sièges, les neuf autres allant à diverses catégories (en particulier 2 aux coopératives de consommation et 1 aux familles nombreuses).

Encore qu'elle soit imparfaite et insuffisante, les consommateurs disposent donc d'une certaine représentation dans cet organisme — représentation d'autant plus nécessaire que, comme le note L. Frank, et la remarque à une grande portée « le syndicalisme professionnel s'épanouit parfois dans un syndicalisme interprofessionnel qui affirme la solidarité spontanée des producteurs, des intermédiaires de tout grade d'un marché déterminé »¹. L. Frank souligne aussi que le syndicalisme professionnel, spécialement en matière agricole, recherche « tout naturellement » le soutien des milieux politiques. On ne saurait dire que les représentants des consommateurs disposent, en moyenne, des mêmes facilités.

En définitive, les intérêts des consommateurs ne sont pas systématiquement oubliés ou méconnus au sein de l'appareil administratif public. En premier lieu, du fait qu'il y existe des services ou organes dont la vocation propre est de s'occuper de problèmes d'une grande importance pour la protection de la consommation (ainsi au titre de la santé le Conseil Supérieur d'Hygiène Publique, l'Institut National d'Hygiène, le Laboratoire National de la Santé Publique qui intervient dans la délivrance des visas pour les produits pharmaceutiques). D'un autre côté des administrations dont ce n'est pas la tâche spécifique — spécialement parmi celles à vocation horizontale — estiment d'elles-mêmes nécessaire de prendre en considération les intérêts du consommateur.

[p. 358] L'objectif du mouvement des consommateurs, s'il parvenait à acquérir la force nécessaire à cet effet devrait être d'obtenir un renforcement immédiat de tous les organismes spécialement voués à la défense de la consommation (notamment service de la répression des fraudes) et d'intervenir auprès des administrations horizontales qui pourraient trouver en lui un utile contre-poids à la pression du secteur production-distribution. Malgré ses récents progrès il ne semble pas que le mouvement soit déjà assez puissant pour obtenir d'emblée la réalisation de tels objectifs dont pourtant la modestie ne saurait être mise en doute.

*
* *

¹ In *Les prix*, Paris 1957, p. 63.

Les observations présentées jusqu'ici dans ce paragraphe ont été établies d'après le cas de la France. Il ne semble pas que la situation soit sensiblement différente dans les autres pays européens. À titre de contre-épreuve il ne sera pas inutile d'examiner la force du consumers lobby aux États-Unis, pays dans lequel nous avons relevé la présence de puissantes associations de consommateurs (spécialement pour ce qui touche la réalisation de tests comparatifs).

À plusieurs reprises des efforts ont été accomplis pour organiser un tel lobby. Au temps du New-Deal ces tentatives ont été appuyées et même à divers égards assumées par les autorités publiques soucieuses d'obtenir une représentation des consommateurs qui puisse équilibrer celle des industriels et des syndicats. Mais les résultats de ces démarches sont demeurés dans l'ensemble médiocres. À aucun moment il n'a été possible de construire pour la consommation l'équivalent de ce que sont pour la production la National Association of Manufacturers et la Chambre de Commerce des États-Unis. Le lobby des consommateurs est toujours demeuré une mosaïque faiblement structurée d'organismes relativement peu puissants et de bonnes volontés pas toujours très efficaces ¹.

Aux États-Unis comme ailleurs les organismes constitués pour la défense des consommateurs se caractérisent par un « taux de mortalité » assez élevé (difficultés financières par suite du manque d'intérêt des consommateurs à l'égard de ce genre d'entreprises et en quelques cas opposition des producteurs tendant à décourager les consommateurs de prendre part à ces efforts). Parmi les associations fondées avant 1940 et aujourd'hui disparues on peut mentionner la United Conference Against the High Cost of Living of Chicago et la Consumers National Federation of New-York City. Actuellement les deux organismes les plus proches d'un pur lobby des consommateurs semblent être le Council on [p. 359] Consumer Information et la National Association of Consumers. L'un et l'autre de ces organismes, tout en s'efforçant de répandre des informations d'intérêt général pour les consommateurs, ont pour rôle d'assumer la représentation de ceux-ci notamment auprès des comités du Congrès.

Autre pièce de ce lobby : les deux organismes d'essais comparatifs (Consumers Union et Consumers Research) déjà mentionnés à plusieurs reprises. En principe ces deux organismes (tous deux juridiquement *incorporated*) se consacrent essentiellement à leur objet propre qui est la réalisation de tests de produits. Cependant, surtout la Consumers Union, ils s'intéressent aussi aux mesures en instance devant le Congrès qui sont susceptibles d'affecter les consommateurs. Dans certains cas la Consumers Union recommande par le truchement de son bulletin une

¹ Je m'inspire sur ce point de HAMILTON (D.), *The consumer in our economy*, op. cit., spécialement pp. 308-316. Voir aussi l'ouvrage classique de GORDON (J.L.), *Economics for consumers*, New York (dernière édition publiée en 1961). Consulter également le livre de CAMPBELL (Persia), *The consumer interest, A study in consumer economics*, New York 1949.

action concertée des consommateurs et apporte son soutien à des groupes de défense comme le Council on Consumer Information.

Il faut mentionner également le mouvement coopératif. La méthode de la coopération est utilisée aux États-Unis en de nombreux domaines, les plus importantes applications de la formule ayant eu lieu dans le domaine du crédit et de l'électrification rurale. On rencontre aussi des coopératives dans les secteurs de la distribution des produits agricoles, de la délivrance de soins médicaux, de la fourniture de logements. Par contre, le mouvement est demeuré très faible au titre des coopératives de consommation proprement dites. Cependant, la Cooperative League s'est dépensée pour assurer la représentation des consommateurs ainsi que plusieurs des sociétés affiliées (ainsi la Cooperative Health Federation of America et la Credit Union National Association).

Le mouvement comprend par contre diverses coopératives de production qui ont fréquemment montré peu d'attention pour les intérêts des consommateurs, ce qui a parfois obligé la League à prendre des positions ambivalentes. Quant aux coopératives formées dans le secteur agricole, elles ont dans l'ensemble accepté l'orientation et suivi la direction du mouvement paysan (et en particulier de l'American Farm Bureau Federation).

Comme en d'autres pays, le mouvement des consommateurs a reçu l'appui du mouvement syndical encore que ce dernier n'ait pas pris à cet égard une position uniforme. Des syndicats comme l'International Ladies Garment Workers, l'Amalgamated Clothing Workers et l'United Automobile Workers se sont inspirés d'une conception large du syndicalisme, ce qui les a conduits à s'intéresser aux problèmes de la consommation : ainsi ont-ils formé des coopératives de consommation parmi leurs membres, poursuivi l'éducation de ceux-ci en tant que con-[p. 360]sommateurs et soutenu des projets de loi favorables aux intérêts des consommateurs. Par contre les syndicats attachés à la philosophie du syndicalisme d'affaires de S. Gompers ont en général témoigné d'une complète indifférence à l'égard de tels problèmes, leur seule préoccupation étant d'obtenir une élévation du niveau des salaires. Or les syndicats de ce type ont longtemps constitué la force dominante du syndicalisme américain. À une époque récente, la tendance s'est retournée (développement de l'*industrial unionism*, au détriment des *business unions*) et désormais l'A.F.L.-C.I.O. attache quelque importance à l'amélioration du sort de ses membres par une action au niveau de l'emploi du revenu (mouvement qui, en France, est à l'origine de la formation de l'OR.GE.CO.).

Enfin, et sur ce point encore l'expérience américaine recoupe celle des autres pays, le mouvement des consommateurs a reçu à diverses reprises l'appui des grandes organisations féminines comme l'American Association of University Women, la League of Women Voters et l'American Home Economics Association (celle-ci n'étant pas réservée aux femmes mais disposant d'un *membership* à prédominance féminine) : à plusieurs reprises ces trois groupes se sont vivement

préoccupés de projets de loi d'un intérêt direct pour le consommateur (spécialement dans l'ordre des lois sur la protection alimentaire et pharmaceutique).

Soulignons au passage l'importance prise aux États-Unis par le *home economics* qui se rapproche de notre économie ménagère mais revêt une signification plus large. Selon Morot de Pazzis et Iliovici¹, l'idéal poursuivi par cette branche d'enseignement et de recherche est « d'aider l'individu à construire une meilleure vie familiale, civique et sociale et de le rendre capable d'accéder à un standard de vie plus élevé ». Couvrant la famille et le foyer, le *home economics* se préoccupe de tous les problèmes de la vie quotidienne en utilisant les données de tout un ensemble de sciences et d'arts (économie, sociologie et psychologie, sciences physiques et biologiques, architecture...). C'est en somme, et par excellence, une discipline carrefour. Plusieurs services du gouvernement fédéral et des gouvernements des États se rattachent à cette préoccupation ou s'en inspirent. De nombreux groupements de producteurs s'intéressent au *home economics* qui fait l'objet dans les universités de départements spécialisés (avec octroi des grades universitaires habituels : *bachelor*, *master* et *doctor*).

En gros, le mot d'ordre de cet ensemble très diversifié d'efforts est de tirer des diverses sciences des conclusions utilisables pour le perfectionnement de la vie quotidienne et d'en diffuser les résultats le plus [p. 361] largement possible. L'information ménagère utilise à cet effet tous les moyens d'information disponibles (publications officielles ou privées pour les professeurs et le grand public, film, radio et télévision ; consultations ménagères...).

Au total, le mouvement des consommateurs rencontre aux États-Unis les mêmes difficultés que partout. Il est facile de rassembler en des groupes homogènes et représentatifs les éleveurs de bétail, les fabricants d'acier ou les propriétaires de *drugstores*, car, malgré les rivalités commerciales qui les séparent, chacun des membres de ces groupes a le sentiment d'une identité immédiate d'intérêt par rapport aux autres secteurs de la communauté. Au surplus, américains ou européens, peu importe à cet égard, les hommes sont *producer-minded*. Tout être humain, prié de déclinier son identité économique, se définira non par son titre de consommateur mais par sa place dans le secteur production-distribution. En l'absence d'un sentiment d'identification direct à la condition de consommateur, le mouvement de la consommation conserve un caractère « nébuleux ».

Hamilton, dont j'ai largement utilisé les analyses, estime que l'on peut distinguer trois grandes tendances dans le mouvement des consommateurs : la première, confiante dans la possibilité d'améliorer les conditions du consommateur à l'intérieur des structures du marché, se préoccupe avant tout d'accroître la puissance contractuelle (*bargaining power*) des consommateurs : c'est en somme le

¹ In *L'éducation des ménagères dans le monde*, op. cit., p. 109.

business consumerism qui constitue l'inspiration du Manifeste de Bruxelles. Une autre tendance au contraire estime que l'amélioration du statut et du bien-être du consommateur est subordonnée à la réalisation de profonds changements sociaux : Hamilton l'appelle *revolutionary consumerism*, certaines sections du mouvement coopératif encore imprégnées d'une ferveur *owenit* pouvant lui être rattachées. Entre les deux se situe une tendance intermédiaire (*uplift consumerism*) qui, sans envisager une réforme de la vie sociale centrée sur l'intérêt du consommateur, estime que la défense de celui-ci ne saurait être ramenée à une simple amélioration des mécanismes du marché : divers éléments du mouvement syndical se rattachent à ce courant.

Sans être certain que cette voie moyenne possède une importance et une signification propres, je soulignerai que ces distinctions correspondent en gros au propos de ce livre qui est d'une part d'exposer les efforts entrepris en faveur de la consommation dans le cadre du système économique existant et d'autre part d'examiner des projets ou possibilités de réforme de celui-ci en fonction des intérêts des consommateurs.

[p. 362]

II. LA REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

L'un des traits fondamentaux de l'appareil gouvernemental moderne est la présence directe des intérêts organisés dans les centres chargés de préparer les décisions publiques et parfois également dans ceux chargés d'en assurer l'exécution. Relève de cette tendance le Comité National des Prix déjà mentionné. Les groupes professionnels sont ainsi officiellement associés à la gestion des affaires de l'État et ont leur mot à dire sur les problèmes qui les concernent. Les facilités ouvertes de la sorte aux groupes — facilités qui s'ajoutent aux interventions déjà effectuées à titre officieux — renforcent certes la capacité d'influence et de pression des intérêts particuliers.

La densité de la pénétration réalisée à ce titre par les organisations agricoles, industrielles et commerciales — ainsi que, mais dans une bien moindre mesure, par les syndicats de travailleurs est considérable. Par comparaison, le rôle des consommateurs reste dérisoire. Cependant ils ne sont pas totalement exclus de cette tendance dont je voudrais esquisser, uniquement sous l'angle de la consommation, les principaux aspects.

1. Expression des intérêts de la coopération.

Ce livre traite essentiellement des coopératives de consommation mais la formule coopérative, nous venons de le voir pour les États-Unis, est utilisée à bien d'autres niveaux et dans bien d'autres secteurs de la vie économique. En France, tous les intérêts coopératifs sont rassemblés dans un Conseil Supérieur de la Coopération.

Ce Conseil dont l'origine remonte à un décret du 12 février 1918 a été remis en activité par un décret du 25 mai 1959. Il se compose d'une part des représentants des commissions parlementaires intéressées et des grandes administrations (Finances et Affaires Économiques, Agriculture, Industrie et Commerce, Travail et Sécurité Sociale, Construction), d'autre part de représentants des diverses catégories d'organisations coopératives qui y bénéficient chacune d'une délégation propre (coopératives agricoles ; coopératives de consommation ; coopératives ouvrières de production ; coopératives de pêches maritimes ; coopératives artisanales ; crédit populaire ; coopératives relevant du Ministère de la Reconstruction et de l'Urbanisme) ¹.

[p. 363] Le Conseil Supérieur de la Coopération est chargé d'étudier auprès du Premier Ministre l'ensemble des questions intéressant la coopération en France et de faciliter l'établissement de liaisons entre les différents mouvements coopératifs. Selon la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, il constitue « une excellente tribune pour les coopérateurs » ². Notons que parmi les différentes questions pouvant être soumises au Conseil, l'art. 8 du décret du 12 février 1918 prévoyait : « le rôle de la coopération au point de vue de la défense des intérêts des consommateurs ».

Voici la liste des principaux sujets qui ont retenu l'attention du Conseil en 1961 et 1962 ; la réforme du statut des H.L.M. et le statut des coopératives d'habitation non H.L.M. ; l'intéressement du personnel des coopératives à la gestion et aux résultats des coopératives ; le régime des coopératives d'entreprise et d'administration ; le problème de la concentration des organismes coopératifs et du projet de création des sociétés d'intérêt collectif agricole (S.I.C.A.) ; la place de la coopération dans les comités régionaux l'unification du statut des coopératives agricoles sur le plan européen l'expansion de la coopération dans les pays francophones en voie de

¹ Notons que sans parler des coopératives H.L.M. (qui, au nombre de plus de 400, sont groupées en deux fédérations) plus d'un millier de coopératives d'habitation sont nées depuis la fin de la guerre en France. Après divers tâtonnements une organisation centrale rattachée au mouvement coopératif général a été instaurée en 1960 pour coordonner les activités régionales et locales de ces sociétés. Cette organisation comprend d'une part la Société Nationale des Cités Coopératives qui est l'organe de coordination et de création des services communs ; d'autre part la Société des Organisateurs-Conseils en Construction Coopérative qui est étroitement liée à la première.

² *Rapport du Conseil d'Administration au Congrès National de 1962*, p. 113.

développement ¹ ; le projet de réforme fiscale ; les statuts de la coopération non H.L.M. ; la création d'un Centre pour le développement de la coopération en vue de permettre l'application des principes coopératifs à des nouveaux desseins (création intervenue le 10 juillet 1962) ; l'étude du projet de loi portant réforme du droit des sociétés.

J'ai tenu à mentionner cette longue énumération en vue d'illustrer la variété et l'importance des questions abordées par le Conseil. Toujours selon la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, le Conseil est un cadre qui permet à ses membres au moment voulu « d'alerter les Pouvoirs publics sur les problèmes qui les préoccupent avec les meilleures chances de voir leurs désirs légitimes traduits dans les textes ». On peut donc le considérer comme un exemple typique des organismes dont j'entreprends l'étude dans cette section.

L'existence du Conseil ne fait pas obstacle à l'accomplissement de démarches directes des représentants des coopératives auprès des parlementaires favorables à leur cause et des services administratifs compétents. Le rapport du Conseil d'Administration de la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation au Congrès National de 1959 illustre bien le sens de ces démarches : « par ailleurs, peut-on y lire ², les grands commis de l'État ont appris à connaître notre Mouvement, son importance, ses activités multiformes, son rôle, ses résultats, ses moyens [p. 364] et surtout sa moralité et son civisme qui le désignent à la fois comme le défenseur le plus sûr des consommateurs et le meilleur appui de ceux qui ont la charge de l'intérêt général ». Cependant ce mouvement estime que l'on ne rend pas suffisamment justice à la « plus grande association familiale du pays » en différant l'application des réformes que commanderait pourtant « la stricte équité » (ainsi égalité fiscale par application d'un régime de la T.V.A. et des patentes analogues à celui dont bénéficient les magasins ; droit de créer des organismes de répartition là où la présence coopérative est nécessaire dans les nouveaux centres commerciaux sans avoir à subir les exclusives des chambres de commerce ou les exigences des groupes financiers...).

Le mouvement coopératif suisse illustre bien les difficultés d'une collaboration entre les divers mouvements coopératifs. Un premier essai de rassemblement, l'Union Coopérative Suisse, formée en 1899, se brisa rapidement sur l'écueil du protectionnisme dont l'Union Suisse des Coopératives de Consommation souhaitait l'allègement tandis que les coopératives agricoles en préconisaient le renforcement. Depuis lors, un nouveau rapprochement est intervenu sous la forme d'un Comité des

¹ Les différentes formes de la coopération ont créé un Institut Français d'Action Coopérative pour venir en aide aux peuples en voie de développement (et plus particulièrement à ceux d'Afrique Noire et de Madagascar).

² Page 71. Pour un exposé des démarches faites à ce titre durant l'année 1962, voir le rapport du Conseil d'Administration au Congrès national de Luchon, pp. 79-98.

Relations Inter-coopératives mais il semble que celui-ci ait été mis en sommeil au cours des dernières années.

Il n'est pas douteux cependant que certaines formes de collaboration sont possibles entre les coopératives agricoles et les coopératives de consommation dont le consommateur ne pourrait tirer que des avantages ; je pense par exemple au pacte d'action commune intervenu en France le 22 octobre 1959 entre les organisations centrales de ces deux séries d'organismes. Ce pacte est fondé sur l'idée tout à fait juste que l'établissement d'un circuit direct entre la production et la consommation doit se traduire, du fait de l'élimination systématique des intermédiaires par une amélioration du revenu du producteur et un prix avantageux pour le consommateur ¹.

La formule de la coopération présente à cet égard l'immense avantage d'établir qu'à partir du moment où l'on accepte d'alléger systématiquement le secteur de la distribution capitaliste, il n'est pas utopique d'obtenir un renforcement et une amélioration du revenu agricole qui ne pèse pas sur le consommateur. Il est regrettable que les pouvoirs publics n'encouragent pas et ne facilitent pas, avec tous les moyens dont ils disposent, la réalisation d'expériences de cet ordre. C'est le cas pour le pacte de 1959 qui en 1961 n'a provoqué qu'un mouvement de 7 milliards d'anciens francs (soit 1,75% du chiffre d'affaires global des coopératives agricoles et 2,50% du volume des ventes des coopératives de [p. 365] consommation). Même réduite à un faible niveau, cette expérience est précieuse dans la mesure où elle préfigure ce que pourrait être un système de distribution dont seraient volontairement écartées toutes les charges ne correspondant pas à la réalisation des seuls services indispensables aux consommateurs.

J'ai précédemment évoqué les divisions introduites dans le mouvement coopératif belge par l'intervention de clivages confessionnels et partisans. Cependant une loi du 20 juillet 1955 y a créé un Conseil National de la Coopération ². L'objectif du Conseil est double : étudier et promouvoir toutes les mesures propres à diffuser les principes et l'idéal de la Coopération ; adresser aux Ministres et, dans les matières de son ressort au Conseil Central de l'économie, tous avis ou propositions concernant les problèmes relatifs à l'activité coopérative — le Conseil pouvant en cette matière agir soit sur demande des organismes intéressés soit de sa propre initiative.

Le travail du Conseil se fonde sur l'existence de quatre sections ou commissions représentant respectivement les coopératives de consommation, les coopératives agricoles, les coopératives de production et de distribution, les coopératives de

¹ Voir GUILLOUX (Y.), « Une tâche urgente : faire coopérer les différentes branches du mouvement coopératif », in *Paysans*, juin-juillet 1962, pp. 70-83.

² Voir le *Courrier Hebdomadaire* du Centre de Recherche et d'Information Socio-Politiques, 30 octobre 1959, pp. 2-15.

service (en particulier caisses Raiffeisen). Ces commissions sont composées chacune de membres effectifs et de membres suppléants dont le nombre est fixé par arrêté royal et qui sont présentés par les organismes agréés. Pour les coopératives de consommation ces organismes sont : Société Générale Coopérative (socialiste), Fédération Nationale des Coopératives Chrétiennes (catholique), Économie Populaire de Ciney (catholique autonome) et Fédérale de Belgique (neutre). Enfin le Conseil lui-même est composé d'un président, de vingt membres effectifs et de vingt membres suppléants présentés respectivement par les quatre commissions.

Tel qu'il a été créé, ce Conseil demeure en retrait sur l'organisation accordée aux classes moyennes (Institut d'Étude Économique et Sociale des Classes Moyennes). Les coopérateurs reprochent en particuliers à la loi ayant institué le Conseil de ne pas avoir accordé au nouvel organisme la personnification civile et de l'avoir situé en marge de l'édifice de consultation centrale aménagé par la loi du 20 septembre 1948. Les textes constitutifs en tout cas semblent l'orienter davantage vers une défense du mouvement coopératif proprement dit que vers une participation à l'élaboration de la politique économique et sociale ¹.

[p. 366]

2. Les consommateurs et l'administration consultative.

[Retour à la table des matières](#)

Récemment, la Ligue des Familles nombreuses de Belgique signalant que les délégués des intérêts familiaux siègent depuis 1956 à la Commission des Prix se plaignait de ce qu'il s'agisse là d'un exemple isolé, les consommateurs étant oubliés partout ailleurs. Si la situation semble un peu meilleure en France, elle est pourtant loin d'y être satisfaisante.

Entre les deux guerres, les consommateurs étaient représentés dans un certain nombre d'organismes, assez souvent par l'intermédiaire de la Fédération Générale des Coopératives de Consommation, que celle-ci intervienne seule ou en conjonction avec les représentants d'autres associations de consommateurs ². Ainsi la Fédération disposait-elle régulièrement d'un siège sur les 91 du Comité Consultatif du Commerce et de l'Industrie créé par décret du 22 mai 1924 en vue d'examiner les questions que le Ministre du Commerce et de l'Industrie lui envoyait pour examen. De même la Fédération bénéficiait d'un siège dans le Conseil de la Banque de France tel que défini par la loi du 24 juillet 1936.

¹ *Nous acheteurs*, 1963, n° 3, p. 2.

² Pour un exposé détaillé de cette période, voir DÉFOSSÉ (G.), *La place du consommateur dans l'économie dirigée*, Paris 1941, pp. 128-153.

Le Conseil Supérieur des Chemins de Fer (loi du 29 octobre 1921) comportait sur 70 membres 4 représentants des associations régulièrement constitués de tourisme, de presse et de voyageurs : quant à la section commerciale du Comité consultatif de l'exploitation technique et commerciale des chemins de fer (décret du 14 novembre 1924) on y relevait parmi ses 73 membres un représentant des associations coopératives de consommation et un des associations régulièrement constituées de voyageurs. Le Conseil Supérieur des transports créé par décret du 31 août 1937 au titre de la coordination comportait sur 81 sièges 27 réservés aux usagers dont 7 aux voyageurs. Je mentionnerai aussi la Commission Interministérielle de la viticulture dont l'origine remontait à un décret du 10 mars 1921 et dans laquelle un décret du 29 mars 1932 introduisit une représentation des consommateurs (2 représentants des coopératives de consommation, 2 des associations de consommateurs et 2 des syndicats ouvriers).

Dès cette époque, les intérêts familiaux bénéficient d'une certaine représentation : ainsi dans le Conseil Central de l'Office National Interprofessionnel du Blé (loi du 15 août 1936) : 1 représentant désigné par la Fédération nationale des associations de familles nombreuses (aux côtés de 3 désignés par la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, 3 par la C.G.T., 1 par la C.F.T.C. ...). Mais, dans l'ensemble, la représentation proprement familiale reste exceptionnelle, les [p. 367] syndicats ouvriers et surtout les coopératives de consommation bénéficiant par priorité de la faveur du législateur.

Les représentants des consommateurs étaient choisis selon des formules diverses : tantôt désignation par un organisme dénommé, tantôt choix par les autorités sur des listes soumises par un groupement, tantôt libre sélection par celles-ci à l'intérieur d'un secteur déterminé. Cependant quel que soit le mode suivi, la pratique de l'entre-deux-guerres montre que les consommateurs, encore que leur représentation soit très fragmentaire, n'étaient pas totalement oubliés.

Cette pratique s'est poursuivie, et à quelques égards s'est étendue, depuis la fin de la guerre. La coopération de consommation continue ainsi de bénéficier d'un certain accès aux centres de décision. La Société Générale des Coopératives de Consommation figure dans une bonne trentaine de groupements ou organismes professionnels divers (du type Comité professionnel de la Semoulerie ou Comité national pour le développement de la consommation du lait et des produits laitiers). Sans doute le nombre des organismes pour lesquels une représentation du mouvement est nommément prévue demeure-t-il très faible : en dehors du Conseil Économique (*infra*), le Conseil central de l'Office National Interprofessionnel des Céréales, le Conseil National du Crédit, l'Institut des Vins de consommation courante. Mais ce mouvement trouve une certaine place en plusieurs autres organismes : le Comité national des prix ; les conseils supérieurs et comités techniques de divers ministères (P.T.T., Industrie...) ; les conseils d'administration de banques et compagnies d'assurances nationalisées, etc. Par contre il n'a pas réussi,

malgré ses efforts, à entrer dans certains organismes comme le Conseil National des Assurances où, pourtant, il serait souhaitable que pénètre l'idée coopérative ¹.

L'Union Nationale des Associations Familiales est désormais représentée dans de nombreux conseils consultatifs (Comité National des Prix, Institut Français des Économies Régionales, Commission Nationale du Fonds National d'Amélioration de l'Habitat, Commission Supérieure des Allocations Familiales, Conseil Supérieur de la Sécurité Sociale, Comité Technique d'Action Sanitaire et Sociale...). Quant aux Unions Départementales, elles sont aussi représentées dans plusieurs organismes d'importance d'ailleurs inégale (comités départementaux des H.L.M., des prix, de l'enseignement technique, de coordination des services sociaux...). L'intérêt croissant montré par les groupements familiaux à l'égard du problème de la consommation justifie, sans nul doute, un accroissement du nombre des places ainsi occupées.

[p. 368] Le Conseil d'administration du District de Paris vient de décider la création d'un Comité consultatif économique et social de cinquante membres dont l'une des tâches principales sera de fournir un avis sur les programmes pluriannuels d'équipement ainsi que sur toute question intéressant la région parisienne dont le saisira le délégué général du District. En dehors d'une assez forte représentation des syndicats (15 sièges : 4 pour la C.G.T., 4 pour la C.F.T.C., 4 pour F.O., 2 pour la Confédération Générale des Cadres, 1 pour la Fédération de l'Éducation Nationale), ce Comité comprendra 7 représentants d'organismes ayant pour objet l'étude des problèmes économiques et sociaux (associations familiales, consommateurs, Centre des jeunes Patrons, jeune Chambre Économique...). On voit que les consommateurs, qu'il n'est tout de même pas raisonnable de placer dans la même catégorie que d'authentiques organisations patronales, bénéficient d'une certaine représentation. Celle-ci pourtant demeure très réduite. Cette distribution est significative de la position actuellement faite aux consommateurs par les pouvoirs publics : on ne les laisse plus systématiquement à la porte mais nous demeurons encore bien éloignés de l'intégration « à part entière ». L'exemple de la planification est parfaitement révélateur de cette tendance.

*
* * *

Au titre des trois premiers plans, les groupements de consommateurs n'avaient pas été invités à participer aux travaux des commissions de modernisation qui, constituées sur une base horizontale ou verticale, jouent un rôle, plus ou moins

¹ Selon DEGOND (M.), *La représentation des consommateurs vocation des coopérateurs* (rapport au Congrès National de juin 1957).

important selon les cas, dans l'élaboration des orientations et directives définitives. Pour la première fois lors de la préparation du quatrième plan des représentants de consommateurs ont été associés aux travaux du Commissariat. Encore faut-il noter d'une part, que l'information et la protection des consommateurs ont été rattachées, ce qui est un comble, à la Commission du Commerce, et d'autre part que sur les 39 membres nommément désignés deux seulement pouvaient à juste titre parler au nom des consommateurs (la présidente de l'Union Nationale des Associations Familiales et le représentant de la Fédération Nationale des Coopératives de Consommation).

En somme, on a eu bien raison de définir les consommateurs comme les « parents pauvres » du IV^e Plan. Il faut même aller plus loin. Le système français de planification, par suite de son orientation résolument pro-patronale, ne peut s'accommoder tant à l'égard des syndicats ouvriers que des consommateurs que de la technique de la figuration. Et dans ces [p. 369] conditions l'on peut se demander s'il est juste que des représentants de ceux-ci cautionnent des choix dans la détermination desquels ils ne jouent pratiquement aucun rôle ¹.

Sur les neuf groupes de travail créés par la Commission du Commerce l'un était affecté au thème « Besoins et comportement des consommateurs ». Sur l'impulsion des représentants des consommateurs et grâce à leur courageuse énergie le groupe devait formuler des propositions allant au-delà de la mission qui lui avait été implicitement impartie (l'une des grandes observations faites étant aujourd'hui que le besoin d'information des consommateurs sur les produits est très mal satisfait). Le groupe suggérait à cet égard une réglementation de la publicité par les autorités officielles et une amélioration de l'étiquetage (la généralisation de l'étiquette « honnête » lui semblant préférable au développement des labels de qualité, spécialement dans l'ordre des produits alimentaires).

Dans le domaine de l'hygiène et du contrôle, le groupe était unanime à préconiser plusieurs mesures : renforcement et remise en ordre de la réglementation en vigueur ce qui implique promulgation de textes faisant encore défaut (ainsi normes bactériologiques pour le poisson, les glaces, le beurre, les yoghourts...) ; Cessation de la pratique des tolérances illégales accordées par des circulaires contraires aux textes officiels ; subordination de toute décision des pouvoirs publics pouvant avoir des conséquences nutritionnelles ou sanitaires à l'avis d'autorités compétentes, le problème étant d'éviter que des décisions soient dictées par des considérations purement économiques (ainsi celle de développer la culture du colza souhaitée par certains économistes mais pas nécessairement par les hygiénistes ; ou encore celle d'entreprendre des campagnes nationales de

¹ L'Union des Syndicats de la Région Parisienne de la C.G.T.-F.O. vient de demander (communiqué du 26 octobre 1962) le retrait immédiat de la Confédération du Conseil Supérieur du Plan et celui des organisations confédérées des Comités d'expansion régionale.

propagande pour amplifier la consommation de crèmes glacées dont la qualité hygiénique n'est peut-être pas suffisamment garantie...). En conclusion le rapport du groupe soulignait que la satisfaction des besoins des consommateurs exige un très gros effort de recherche scientifique.

Le rapport général de la Commission, appelé à faire la synthèse des propositions des groupes, consacre deux pages sur un total (ronéographié) de 230 aux problèmes de la protection des consommateurs — le crédit aux consommateurs qui, lui, intéresse beaucoup les commerçants étant traité en quatorze pages. Sur quelques points (hygiène alimentaire), le texte du rapport général suit d'assez près les propositions du groupe de travail : par contre il omet totalement plusieurs suggestions importantes (réglementation de la publicité, expansion de la recherche scientifique) et en édulcore plusieurs autres (ainsi ce qui touche les labels). Quant au texte même du IV^e Plan ¹, les quelques lignes qu'il consacre à la protection des consommateurs dans le chapitre réservé au commerce ouvrent des perspectives un peu plus larges (ainsi continuation de l'aide financière aux groupements de consommateurs pour faciliter leur développement durant les premières années) : pourtant ce texte reste d'une exceptionnelle discrétion quant à l'ampleur et à la variété des dangers qui menacent les consommateurs dans les économies modernes.

On ne saurait reprocher à la Commission du Commerce de n'accorder qu'une attention restreinte aux problèmes de la protection des consommateurs, la défense de ceux-ci impliquant dans de nombreux cas des mesures n'allant pas dans le sens des intérêts pécuniaires des commerçants. Mais on se demande comment il a pu venir à l'esprit des dirigeants responsables du système de consultation de rendre le commerce lui-même responsable des propositions concernant cette défense.

On dira peut-être que les organisations de consommateurs ne disposent pas encore des moyens d'information et de recherche qui auraient été nécessaires à la constitution d'une commission exclusivement vouée à la consommation. Ce serait une excuse sans valeur. Il aurait été très facile de trouver dans les organismes existants ou autour d'eux la trentaine ou quarantaine de personnes indiscutablement compétentes et authentiquement qualifiées pour exprimer le point de vue de la consommation. Sans même les habilitier à exprimer un avis sur toutes les orientations adoptées par le plan — comme il faudra bien s'y résoudre si l'on veut en faire passer l'élaboration de cet échelon de technocratie publique et de pression patronale qui la caractérise aujourd'hui au niveau de la démocratie — il eût été facile de leur demander d'élaborer le dispositif d'urgence de protection des consommateurs digne d'un pays moderne. Il faut malheureusement observer que, réserve faite d'un texte incomplet encore qu'utile sur la répression de la publicité

¹ Cinquième partie, Chapitre V, Section III, lettre F.

mensongère, le problème de la défense des consommateurs reste posé dans son entier.

Lors de son Congrès National de juin 1963, le mouvement coopératif a adopté une résolution sur le consommateur et la planification démocratique qui réclame en particulier la création, lors de l'élaboration du V^e Plan d'une « grande commission de consommateurs ». Cette Commission devrait selon le mouvement être consultée sur les options essentielles : de plus, il conviendrait d'assurer la présence des organisations de consommateurs et de la coopération dans les principales commissions. Il ne semble pas nécessaire d'insister sur la légitimité d'une telle revendication.

[p. 371]

3. Les consommateurs au Conseil Économique.

[Retour à la table des matières](#)

Depuis les premières propositions de création d'un tel conseil jusqu'aux actuels projets de réforme la détermination de la place à réserver aux consommateurs dans cet organisme n'a jamais reçu de solution très satisfaisante. Voici, en une brève esquisse, l'évolution et l'état de cette question.

En 1924 un arrêté du Ministère du Travail nommait une commission de 27 membres (dont 2 représentants des sociétés coopératives de consommation) pour préparer l'institution d'un tel organisme. La Commission présenta tout d'abord un avant-projet qui réservait 20% du total des membres aux consommateurs (ceux-ci étant toutefois pris en un sens assez extensif qui incluait par exemple l'Association des maires et l'Union des villes). Un second projet leur attribuait 18% des membres sous la rubrique « population et consommation ». Finalement un décret du 16 janvier 1925 créa le Conseil National Économique qui sur 141 membres en comportait 27 soit 19% pour la population et la consommation (ainsi répartis : coopératives de consommation et ligues d'acheteurs, 9 ; associations des maires, municipalités, 6 ; usagers des services publics, 6 ; pères et mères de familles, mutualité, 6).

Ce Conseil devait durer dans la composition donnée par le décret de janvier 1925 jusqu'en mars 1936. Entre-temps, plusieurs projets de réorganisation avaient été étudiés. Ces projets attribuaient à la consommation une place plus ou moins large : le projet Poincaré (17 novembre 1927) réservant à celle-ci sous ses diverses formes une position encore importante quoiqu'un peu réduite par rapport au système en fonctionnement ; le projet Paul Boncour la diminuant de manière très considérable au profit des parlementaires dont l'auteur de ce dispositif estimait qu'ils représenteraient de façon plus efficace l'intérêt général ; la proposition de loi Demange éliminant complètement les consommateurs de l'organisme.

Finalement la loi du 19 mars 1936 réorganisait le Conseil en prévoyant une assemblée générale de 85 membres et des sections professionnelles de 200 membres. Au titre de l'Assemblée Générale, on comptait 12 délégués des associations de consommateurs et d'usagers, chiffre qui allait être porté à 14 par un décret du 14 juin 1938 (le même texte élevant à 260 le nombre des membres des sections professionnelles). Il n'est pas sans intérêt de rappeler la répartition de ces 14 membres : Association des Maires de France, 2 ; Fédération Nationale des Coopératives de consommation, 2 ; Conférence Générale des Caisses d'Épargne, 1 ; [p. 372] Fédération Nationale de la Mutualité Française, 2 ; Fédération Nationale des Associations de Familles Nombreuses, 1 ; Union Nationale des Associations de Tourisme, 1 ; Fédération des Syndicats d'initiative, 1 ; Fédération Nationale des Collectivités Publiques Électrifiées, 1 ; Ligue Nationale des Consommateurs et des Associations de Consommateurs et Usagers des Services Publics, 1 ; Confédération Nationale des Anciens Combattants et Victimes de la Guerre, 1 ; Confédération Générale des Syndicats des Classes Moyennes, 1. Il s'agissait dans tous les cas de membres désignés par les organisations considérées. Un décret du 16 octobre 1939 devait d'ailleurs suspendre le fonctionnement de l'organisme pendant la durée des hostilités.

La constitution du 27 octobre 1946 devait reprendre l'institution sur des bases un peu différentes. Des 169 membres du Conseil, le bloc essentiel, soit 120, allait au travail salarié (45) aux entreprises industrielles et commerciales (40) à l'agriculture (35 sièges plus cinq au titre du secteur coopératif agricole). Sous l'angle qui nous intéresse, ici, le Conseil comprenait 9 représentants des associations familiales et de l'habitat ainsi que 2 représentants des coopératives de consommation. En somme, le législateur de la IV^e République, désireux de fonder l'activité du Conseil sur les grandes organisations professionnelles accordait un peu moins d'attention que son devancier de l'entre deux guerres à la représentation du secteur « population et consommation » (sous la seule réserve des groupements familiaux qui disposaient au sein du nouveau Conseil d'une place plus large que dans les anciennes formules)¹.

La V^e République (ordonnance du 29 décembre 1958 portant loi organique relative au Conseil économique et social) a, une fois de plus, modifié le système de distribution des sièges. Toutefois les coopératives de consommation continuent de détenir 2 sièges, l'Union Nationale des Associations Familiales en ayant 8 qui doivent être choisis de manière à représenter les principaux aspects de son activité (en particulier 1 spécialiste du logement urbain et un autre de l'habitat rural). En somme du point de vue de la représentation des consommateurs la situation ne s'est pas sensiblement modifiée d'un régime à l'autre : c'est toujours la même optique

¹ Dans une étude *Pourquoi un Conseil Économique et Social ?* publié en 1953 par La Fédération, P. VINOT établissait la « nécessité de la présence du consommateur ».

professionnelle qui prévaut au titre de la constitution du Conseil dont on sait que le gouvernement peut compléter les sections par des personnalités choisies pour leur compétence et nommées pour une période de deux ans (pas plus de sept par section).

Au cours des dernières années de nombreux projets de réorganisation du Conseil ont vu le jour (que ce soit ou non en liaison avec la réforme du Sénat). Je me bornerai à mentionner l'un d'entre eux en raison de [p. 373] la place plus large faite aux consommateurs que sous l'actuelle formule. Il s'agit du projet élaboré par la commission institutionnelle chargée de préparer le Colloque sur la planification démocratique (mars 1962). S'inspirant de deux critères (le poids démographique de chaque catégorie socio-professionnelle française et le poids économique de chaque catégorie sociale dans la vie du pays) ce projet attribue 44% des sièges aux « petits salariés » et 22% aux consommateurs : 11% aux groupements non spécialisés (associations familiales) et 11% aux groupements spécialisés (utilisateurs de logements ; groupements sportifs ; groupements culturels). Il est peu vraisemblable que les autorités actuelles s'inspirent d'un tel projet qui n'attribue aux exploitants agricoles que 12% des sièges et au patronat (artisanat compris) que 11%.

Qu'il s'agisse de remplacer ou de compléter le Sénat, la transformation du Conseil qu'envisage le pouvoir posera une fois de plus le problème du statut des consommateurs. Certes, l'expérience des Conseils économiques depuis 1946 ne permet pas de formuler un jugement optimiste sur la portée des avis émis par ces groupes. En quelques rares occasions le Conseil a pu exercer une certaine influence sur le choix des autorités (ainsi création du fonds vieillesse, orientation de la construction, fixation du taux de croissance sous le IV^e Plan...) ; cependant, la plupart du temps, ses recommandations se sont perdues dans les sables et, à l'époque la plus récente, les autorités semblent avoir beaucoup négligé l'institution.

On s'explique ainsi que les organisations qui y sont représentées n'attachent qu'un intérêt relatif aux travaux du Conseil. Cependant, pour autant que l'institution existe et ne serait-ce que pour éviter d'hypothéquer l'avenir, il serait souhaitable que l'on en revienne à une large représentation des consommateurs. À cet égard, la suggestion faite par la commission du Colloque sur la planification démocratique de faire une place aux groupements spécialisés est digne d'approbation — l'expansion de ceux-ci étant peut-être susceptible de consolider, mieux que les formules employées dans le passé, le mouvement des consommateurs.

4. Les consommateurs et les entreprises nationalisées.

[Retour à la table des matières](#)

Sur ce point la France et la Grande-Bretagne ont utilisé des formules différentes : cependant les deux expériences ont en commun la médiocrité des résultats atteints.

On connaît la doctrine de la « nationalisation industrialisée » que [p. 374] formula, comme antidote à tout étatisme, la C.G.T. lors de son Congrès de Lyon en 1920 : attribuer la propriété et la gestion des entreprises nationales aux producteurs et consommateurs associés. Il s'agissait en somme, selon une formule de représentation des intérêts, de confier la responsabilité de la marche de ces entreprises à l'action conjuguée du personnel et de la clientèle. Cette doctrine qui ne reçut que des applications très limitées durant l'entre deux guerres devait au contraire bénéficier d'une large audience lors des nationalisations des années 1945-46. Toutefois le législateur n'ayant pas jugé possible d'exclure complètement la représentation de l'État dans les conseils et également soucieux d'introduire un conciliateur ou un arbitre entre les intérêts parfois opposés des producteurs et des consommateurs on fit choix d'une formule tripartite associant dans la gestion des firmes nationalisées l'État, le personnel et la clientèle des usagers ou consommateurs. Toutefois l'expérience devait montrer très vite les difficultés et inconvénients de la solution retenue — ces défauts s'aggravant aux yeux des autorités à mesure que, par suite de l'évolution des idées l'on cessait de voir dans l'entreprise publique un moyen de changer la société pour se concentrer sur la recherche de la plus grande efficacité ¹.

Laissant de côté le problème de l'intervention syndicale (qui, dès 1947, allait être affectée par des options politiques majeures) je me limiterai à l'étude de la représentation des consommateurs. La première difficulté fût de désigner des personnalités susceptibles d'assumer cette mission de manière authentique. En plusieurs cas les clients passés ou futurs d'une entreprise publique sont la totalité des citoyens (chemins de fer, charbonnages, production et distribution d'électricité...). Dans d'autres cas il s'agit de gros blocs de la population (agriculteurs pour les engrais, automobilistes pour la Régie Renault, titulaires de comptes ou de polices pour les banques ou les assurances). En bien des cas, ces clients constituent davantage des milieux amorphes que des groupes organisés. Un grand empirisme a donc prévalu en cette matière, le gouvernement désignant tantôt des élus locaux, tantôt les membres de certains groupements familiaux « pour incarner l'abonné au

¹ Point bien mis en lumière par ROBIN (M.), « Essai sur la représentation des intérêts dans l'organisation des entreprises publiques », *Revue du Droit Public et de la Science Politique*, septembre-octobre 1957, pp. 830-845.

gaz ou le consommateur de charbon »¹. La sélection est certes plus facile si l'on choisit de nommer des représentants des usagers industriels mais d'une part on peut se demander s'il est légitime d'isoler ainsi de la masse immense des clients une catégorie d'usagers pour doter celle-ci d'une situation privilégiée. D'un autre côté à procéder de la sorte on risque de réintroduire dans l'entreprise publique des « observateurs » du capitalisme (voir par exemple la nomination en 1953 au Conseil des Charbonnages de France d'un des plus gros importateurs français de charbon et du directeur de l'ancienne compagnie privée des Mines de Blanzy (nationalisée en 1946).

Par ailleurs, l'on s'est rendu compte à l'expérience de la difficulté de créer un esprit d'équipe et d'homogénéité dans un conseil où figurent les représentants d'intérêts opposés ou en tout cas difficiles à concilier. « On comprend fort bien les exigences des salariés des entreprises nationalisées, souligne la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales. Elles sont justifiées mais l'usager de l'E.D.F., de la S.N.C.F., des P.T.T. n'aura pas la même réaction devant l'augmentation du coût de ses services. Ou bien si l'État décide de les absorber dans son budget, la masse fiscale peut en être modifiée, le contribuable aura une réaction différente »².

Ces lignes situent bien le problème. L'un des risques de la situation est en effet une entente du personnel et de la clientèle ou plus exactement, ce qui n'est pas tout à fait pareil, de ceux qui assument la mission de les représenter — entente susceptible de peser sur le Trésor. Il semble que le souci d'éviter que les représentants des usagers ne mêlent systématiquement leur voix à celles des représentants du personnel explique cette disposition du décret du 12 juin 1947 relatif aux Charbonnages : « Chaque membre du Conseil devra présenter toutes garanties d'indépendance à l'égard des catégories d'intérêts qu'il n'est pas chargé de représenter ». Un second danger est celui d'un affrontement susceptible de paralyser la gestion.

En définitive on doit constater l'échec de l'idée, juste dans son principe (et à ce titre il faudra bien la reprendre un jour sur de nouvelles bases), qu'il est légitime de donner à l'usager d'un grand service public industriel les moyens d'exprimer son opinion sur l'organisation et la gestion dudit service. Deux circonstances au surplus allaient précipiter l'évolution en éloignant de plus en plus la gestion du modèle de la nationalisation industrialisée.

En premier lieu, en vue de mieux neutraliser les risques d'une entente personnel-clientèle poussant simultanément à l'abaissement des prix de vente et à l'augmentation des charges salariales, les autorités ont procédé à l'introduction d'une quatrième catégorie d'administrateurs désignés en raison de leur

¹ J'emprunte la formule à CHENOT (B.), in *Les entreprises nationalisées*, Paris 1956, p. 107.

² In *Les organisations d'usagers dans la société*, op. cit., p. 15.

compétence. Cette mesure s'expliquait aussi par le souci de placer dans les conseils des personnalités ayant une expérience des affaires dont les autres catégories d'administrateurs étaient souvent dépourvues : elle devait se généraliser à partir de 1953 (les banques et les assurances où l'État avait déjà introduit des techniciens [p. 376] de la profession échappant à la transformation). Finalement on devait aboutir à une composition des conseils bien différente des projets initiaux comme le montre le tableau suivant qui exprime les secteurs ou catégories représentées en 1961 dans les conseils de ces organismes ¹.

	État	Personnel	Usagers	Personnalités compétentes	Techniciens de la profession
Électricité de France	5	5	—	5	—
Gaz de France	5	5	—	5	—
Charbonnages de France	5	5	2	3	—
Banques	—	4	4	—	4
Assurances	3	3	3	—	3
Office National Industriel de l'Azote	4	4	1	2	—
Renault	7	6	3	—	—
Régie autonome des Pétroles	6	3	—	3	—

Dans quelques cas, on le voit, la catégorie des usagers a complètement disparu (E.D.F., Gaz de France) tandis que dans d'autres (ainsi Charbonnages) elle a été considérablement réduite, les autorités ayant rejeté le principe de la parité entre les diverses catégories.

La deuxième cause de l'évolution a été le glissement certain des entreprises nationalisées « vers le Gouvernement des Ingénieurs ou *technocratie* » (B. Chenot). Cause ou conséquence de cette situation : l'affaiblissement général des conseils d'administration trop éloignés en moyenne de l'affaire pour empiéter sérieusement sur la direction générale. Or si l'établissement d'une gestion technocratique reste compatible avec l'établissement de liens, éventuellement étroits, entre les techniciens de l'entreprise et les usagers de l'industrie, cette collaboration a moins de chance de se produire quand les techniciens se trouvent au contact des consommateurs finaux.

[p. 377] En définitive, je doute que l'on puisse désormais pour la plupart des entreprises évoquer l'existence d'une participation à la gestion des représentants de

¹ J'emprunte ce tableau à DU PONT (P.), *L'État industriel*, Paris 1961, p. 81.

consommateurs. Sans constituer un échec aussi net, l'expérience britannique ne peut être tenue pour un véritable succès ¹.

Au lendemain de la guerre, des efforts nombreux ont été accomplis pour renforcer la position jusqu'alors très faible des consommateurs vis-à-vis des *public corporations*. Au lieu d'introduire directement les représentants des consommateurs dans les organes dirigeants, on préféra créer auprès des grandes entreprises publiques des conseils de consommateurs dont la composition, les fonctions et les pouvoirs n'obéissaient d'ailleurs pas à un schéma uniforme. Au titre du charbon, on a créé deux conseils l'un pour les usagers industriels (Industrial Coal Consumers Council), l'autre pour les usagers domestiques (Domestic Coal Consumers Council). Divers comités consultatifs ont été institués dans le domaine des transports. Un conseil consultatif a été créé pour l'électricité et un autre pour le gaz. Je signalerai enfin l'Air Transport Advisory Council.

Connaissant bien maintenant les défauts du système français nous serions plutôt portés à admettre la supériorité de la formule britannique. L'expérience paraissait s'annoncer d'autant mieux que le gouvernement voulait que ces organismes fassent preuve d'esprit critique, que leurs rapports au Ministre et au public soient francs, qu'ils soient prêts à se battre ². D'un autre côté, il semble bien que les Ministres tant travaillistes que conservateurs, se soient inspirés dans leur choix des membres du seul souci de faire fonctionner correctement le système. C'est ainsi que les uns et les autres se sont efforcés de ne pas « politiser » les choix en sélectionnant des personnes de haute réputation ou des membres d'associations de consommateurs sans attaches partisans. Quand les désignations étaient nécessairement politiques (choix d'autorités locales pour les conseils du gaz et de l'électricité) on a veillé à tenir la balance égale entre les deux grands partis. Et pourtant tous les observateurs du système admettent que les résultats atteints sont demeurés modestes et n'ont pas correspondu aux espoirs placés dans l'institution.

Certains commentateurs sont même plus sévères. D'après eux, les conseils n'ont pas une vision très claire des intérêts des consommateurs qu'ils sont censés défendre et dès lors ces derniers préfèrent en appeler aux parlementaires. On va même jusqu'à déclarer qu'en certains cas, les dirigeants des entreprises nationalisées ont réussi à transformer ces conseils en organes de « relations publiques ».

¹ Pour une étude du problème se reporter à ROBSON (W.), *Nationalized industry and public ownership*, Londres 1960, pp. 243-277 (importante bibliographie pp. 516-518). Voir aussi NEUMAN (A.M. de), « Le consommateur et les nationalisations de l'industrie britannique », *Revue d'Économie Politique*, mai-juin 1950, pp. 237-260, ainsi que FLORENCE (P.S.), MADDICK (H.), « Consumers Councils in the nationalized industry » *Political Quarterly*, juillet-septembre 1953, pp. 259-271.

² Point bien mis en lumière par MILLS (G.), HOWE (M.), « Consumer representation and the withdrawal of railway services », *Public Administration* (Londres), août 1960, pp. 253-262.

On s'est bien entendu interrogé sur les causes de cet insuccès rela-[p. 378] tif. Parmi les facteurs avancés à cet effet, je mentionnerai la nouveauté du mécanisme (élément qui perd de sa valeur explicative du bout d'une décennie de fonctionnement) et l'ignorance par le public des facilités dont ils pourraient disposer à ce titre. Il ne semble pas que ces organismes aient su se créer une audience suffisante auprès de la masse des consommateurs (le manque de fonds pour des campagnes de publicité ou de « relations publiques » ne suffisant pas à expliquer cette carence). Cause probablement plus profonde : l'absence ou l'insuffisance d'une conscience du consommateur vis-à-vis de l'activité des industries nationalisées. En ce domaine l'intérêt des consommateurs, si son existence est certaine, reste mal perçu parce que difficile à identifier, à organiser, à exprimer.

En somme, les conclusions que l'on peut tirer de cette expérience sont assez graves sur le plan de la défense des consommateurs. Même quand des mécanismes spéciaux de protection leur sont offerts, ceux-ci n'en font que médiocrement usage. De telles constatations ne doivent pas être perdues de vue quand on aborde l'examen des organes généraux de représentation des consommateurs.

5. Le Comité National de la Consommation.

[Retour à la table des matières](#)

Nous avons déjà rencontré des conseils qui, tel celui de Norvège et, à une plus faible échelle, le récent Consumer Council de Grande-Bretagne, sont chargés d'exercer une activité propre et disposent des fonds nécessaires à cet effet. Je vise désormais les organes à vocation purement consultative dont un bon exemple nous est donné en France par le Comité National de la Consommation créé par décret du 19 décembre 1960 (*J.O.* du 24 décembre p. 11681) et installé par M. Joseph Fontanet, alors Secrétaire d'État au Commerce Intérieur le 13 février 1961.

Ce comité est composé sous la présidence du Secrétaire d'État au Commerce Intérieur :

- d'une part, de neuf représentants des départements ministériels suivants (Finance et Affaires Économiques, Intérieur, Industrie, Éducation nationale, Agriculture, Construction ; Santé publique et population, Travaux publics et transports, Information). Les délégués au Comité à ce titre sont désignés par les Ministres intéressés ;
- d'autre part, de neuf personnalités assistées chacune d'un suppléant et nommées par arrêté du secrétaire d'État du Commerce Intérieur parmi les membres des organisations de consommateurs.

[p. 379] L'objet du comité est « de permettre la confrontation permanente des représentants des pouvoirs publics et des représentants des intérêts collectifs de

consommateurs pour tout ce qui a trait aux problèmes de la consommation » (art. 2 al. 1 du décret de création). Entre dans cette mission l'étude des moyens propres à développer l'information et l'éducation des consommateurs, à rendre plus efficace l'action de ceux-ci sur le marché, à promouvoir une politique de la qualité des produits... Ce comité est en somme un exemple typique de l'« administration consultative », deux points le distinguant toutefois de ceux déjà étudiés : la généralité de sa vocation et la spécialisation de sa base qui, pour les membres extérieurs à l'administration repose uniquement sur les groupes de consommateurs (Union Nationale des Associations Familiales, 2 membres ; Union Fédérale de la Consommation, 2 ; OR.GE.CO., 2 ; Union Féminine Civique et Sociale, 1 ; Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, 1 ; Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales, 1).

Lors de la réunion inaugurale le Ministre suggéra que les travaux du Comité s'orientent dans les 4 directions suivantes : étude des problèmes tendant à l'identification de la qualité des produits ; information des consommateurs sur les ressources du marché des denrées périssables ; examen de certains produits (poisson ; chaussure ; viande) ; analyse pour avis aux autorités des textes officiels pouvant intéresser les consommateurs.

Finalement le Comité décida la constitution de quatre groupes de travail : information des consommateurs ; étiquetage textile et opération chaussure (les professionnels négligeant de répercuter au stade du détail la baisse des cuirs survenue depuis plusieurs mois) ; crédit à l'achat ; poisson et viande. Les quatre groupes furent constitués lors d'une réunion des représentants des consommateurs du Comité tenue le 21 février 1961. Dès le 2 mars 1961 une réunion des Départements ministériels signataires du décret du 19 décembre 1960 examinait le projet de règlement intérieur du comité et désignait un certain nombre de fonctionnaires pour participer aux différents groupes envisagés. Si l'on considère que la création du Comité était intervenue en fin décembre, on peut admettre que sa mise en train avait été rapidement menée.

Cependant, le fonctionnement ultérieur du Comité ne devait pas confirmer cette impression initiale d'efficacité. Certes les divers groupes de travail tinrent chacun durant les premiers mois de 1961 une ou deux réunions auxquelles participèrent divers experts ou spécialistes extérieurs au Comité. Il semble que d'utiles échanges de vue soient intervenus en [p. 380] ces occasions sans qu'émergent pourtant des éléments décisifs. Finalement le passage (lors du remaniement ministériel du 24 août 1961) de M. Fontanet qui avait été l'initiateur du système au Ministère de la Santé Publique en bloqua le fonctionnement. À compter de l'arrivée de M. François Missoffe au Commerce Intérieur, le Comité ne connut plus de réunion plénière et ne put dès lors se prononcer sur la proposition faite par les membres consommateurs de créer de nouveaux groupes de travail (étude prévisionnelle de la demande ;

budgets familiaux ; décentralisation régionale ; normalisation et qualité). Quant aux groupes de travail, ils subirent la même éclipse.

En somme si dans son principe ce comité répondait correctement aux préoccupations des groupes de consommateurs, il devait rapidement perdre son dynamisme initial pour tomber en sommeil. Observons toutefois que le Comité vient d'en être tiré, une réunion plénière s'étant tenue le 28 juin 1963 sous la présidence de M. Valéry Giscard d'Estaing Ministre des Finances et des Affaires Économiques. Le Ministère a marqué le désir que les travaux entrepris dans les quatre groupes soient renoués et développés dans la voie précédemment tracée. Il a souligné l'intérêt d'une analyse des besoins actuellement mal satisfaits. De manière plus générale, il a insisté sur la nécessité d'associer la consommation aux décisions économiques de telle sorte que puissent être conciliées la liberté du choix des consommateurs et l'organisation des marchés. Il s'agit là d'une ambition difficile à satisfaire dans la mesure où l'on ne dispose pas encore des techniques et institutions qui permettraient de sauvegarder la liberté de la demande dans une économie planifiée mettant en œuvre des techniques de production en masse.

Le souci de rendre compatible la liberté des achats avec la planification de l'économie constitue en tout cas un problème-clé, l'un des plus importants aussi bien du point de vue moral qu'économique, de notre organisation sociale.

Je voudrais dès maintenant rappeler l'une de ces difficultés car elle rend compte également des obstacles qui affectent les consommateurs quand ils traitent avec les services de l'administration économique. Ceux-ci sont traditionnellement construits en vue d'assurer la tutelle de la production et de la distribution et en cela ils correspondent aux organisations professionnelles du secteur production-distribution (d'où la facilité avec laquelle s'établissent les rapports entre les agents publics compétents et les représentants des groupes intéressés). Cette situation explique les difficultés éprouvées pour intégrer dans les structures administratives les organismes de synthèse (dont le Plan est le meilleur [p. 381] type) qui sont nécessaires à l'élaboration et à la mise en application d'une politique globale. Dans une structure de cet ordre, la culture d'un légume relève du Ministère de l'Agriculture, sa transformation de l'Industrie, son transport des Travaux Publics, sa réglementation des Affaires Économiques, sa commercialisation de plusieurs tutelles successives ou superposées mais finalement sa consommation ne relève d'aucun Ministère. Ainsi s'explique au moins partiellement et sans même parler de leur faiblesse intrinsèque (qui n'est probablement pas sans rapport avec ces phénomènes) la peine que les consommateurs ont à trouver dans l'Administration, à quelques rares services près, des bureaux qui s'intéressent directement et exclusivement à leurs problèmes.

Au cours de cette réunion il a été décidé de remettre en train les groupes précédemment formés et d'en constituer plusieurs nouveaux (étude des besoins et prévision de la demande ; actions régionales et locales ; Marché Commun

européen...). Ce sont là des problèmes qui débouchent ouvertement sur la politique économique du pays et il serait très désirable que les organisations de consommateurs en fassent une analyse approfondie ¹.

*
* * *

En achevant ce chapitre, je voudrais signaler la création en juillet 1962 par l'Administration Kennedy d'un Consumers Advisory Council de douze membres — conseil ayant pour rôle d'étudier les besoins et le point de vue des consommateurs et de faire des recommandations à cet égard. Composé de 12 membres — six femmes dont la présidente et six hommes — ce conseil, qui doit disposer d'un état major de fonctionnaires spécialisés, fera rapport sur tous les problèmes de sa compétence au Council of Economic Advisers dont la mission est de donner au Président des avis sur la politique économique nationale. Nous comprendrons mieux le sens et la portée de cette institution nouvelle, une fois celle-ci insérée dans le programme de défense des consommateurs transmis au Congrès en mars 1962 ².

En définitive, la plupart des organisations que nous avons rencontrées et des initiatives que nous avons analysées dans le domaine des intérêts des consommateurs laissent une impression de faiblesse et parfois d'improvisation. On ne s'étonnera donc pas que leur influence connaisse de sérieuses limites.

¹ Depuis la remise en activité du Comité, les groupes de travail se sont saisis de plusieurs problèmes et ont présenté diverses suggestions. Les thèmes abordés ont été les suivants : mise en œuvre des dispositions de la loi du 2 juillet 1963 sur le contrôle de la loyauté de la publicité ; mise en application des dispositions de la même loi sur l'apposition et l'usage des labels et certificats de qualité ; éducation économique des consommateurs en liaison avec l'enseignement ; réglementation du crédit à l'achat ; réforme du marché de la viande.

² On annonce en Belgique (fin février 1964) l'institution auprès du Ministre des Affaires Économiques d'un Conseil de la Consommation destiné à éclairer le gouvernement sur les questions touchant aux intérêts des consommateurs. Selon les informations fournies, le Conseil comprendrait neuf membres nommés parmi les candidats présentés par les organisations représentatives de la défense des consommateurs ; trois parmi les candidats présentés par les organisations représentatives de la production de biens de consommation domestique ; quatre choisis parmi les personnalités connues pour leur compétence en matière de distribution, de normalisation ou d'analyse de produits. Parmi les objectifs fixés au Conseil, soulignons celui de faire connaître l'opinion de consommateurs en tant qu'agents actifs de l'économie. En Suisse, le Département Fédéral de l'Économie Publique a décidé de constituer une commission chargée d'étudier les moyens de protéger plus efficacement les consommateurs.

[p. 382]

CHAPITRE XII

VALEUR DE L'ACTIVITÉ DES GROUPEMENTS

[Retour à la table des matières](#)

PARLANT des associations de consommateurs françaises, par référence à la « toute puissante » Consumers Union des États-Unis, André Maurois ne craignait pas décrire voici déjà plusieurs années : « on peut espérer qu'en 1970, ces mouvements auront une influence considérable et salubre sur la production »¹. Émis en 1956 le pronostic reste aujourd'hui marqué d'une grande audace et de quelque légèreté. On trompe le public en lui disant que les organisations américaines exercent une influence décisive sur la politique des grands monopoles de ce pays : autant que le consommateur européen, et probablement plus encore que lui, le consommateur américain reste la proie d'un système qui connaîtrait les plus sérieuses difficultés de fonctionnement sans une perpétuelle incitation au gaspillage de produits rares. Rien ne saurait être plus funeste que d'acclimater dans nos pays l'idée qu'il suffit de réaliser quelques tests de marchandises pour modifier l'esprit et les méthodes de fonctionnement du régime capitaliste.

En dépit de leurs insuffisances manifestes ces groupements sont susceptibles de rendre des services et, comme je n'ai cessé de le préconiser en cet ouvrage, méritent d'être encouragés. Toute mesure susceptible de réduire si peu que ce soit l'écart de puissance entre la production et la consommation semble conforme à l'avantage collectif. Cependant, même si elle s'étendait et se consolidait, cette activité ne constituerait pas pour autant une panacée contre les injustices et les insuffisances du système économique.

¹ In *La France change de visage*, Paris 1956, p. 143.

[p. 383]

I. ESQUISSE D'UN BILAN

[Retour à la table des matières](#)

Que des initiatives utiles aux consommateurs puissent être prises dans l'environnement socio-économique actuel, j'en donnerai pour preuve un récent décret (paru au *J.O.* du 30 octobre 1963) qui tend à améliorer la qualité des articles textiles en codifiant et complétant les textes existants qui couvraient seulement la soie et les produits similaires, la laine et le coton. Les textes anciens, dont le dernier datait de 1942, étaient médiocrement respectés, preuve de cette situation étant les nombreuses irrégularités constatées en ce domaine par le service de la répression des fraudes. Or la publication d'un nouveau texte a été sans cesse retardée pendant dix ans par suite de l'opposition des producteurs. On peut estimer que la pression des organismes de consommateurs (démarches de l'Union Fédérale, de l'OR.CE.CO., de l'Union Féminine Civique et Sociale, sans oublier la pétition de 100 000 coopératrices) n'est pas étrangère à l'adoption du nouveau texte.

Sans vouloir minimiser systématiquement l'action de ces groupes, observons qu'un facteur a pu faciliter leurs interventions : le souci de protéger les fabrications nationales contre la concurrence des pays du Marché Commun, tous les textiles mis en vente devant dans un délai de deux ans comporter une étiquette qui indique la nature des étoffes. En évitant que la même fibre fasse l'objet de désignations commerciales différentes (cas de la fibre polyamide présentée sous le nom de perlon par les Allemands, lilion par les Italiens, nylon par les Français...) on facilitera le choix des consommateurs et plus encore le contrôle des agents de la répression des fraudes. De même, on ne peut qu'approuver la réglementation de l'emploi en cette matière de mots comme « pur », « tout », « entièrement », « mélangé », etc. Cependant nous demeurons très éloignés d'un étiquetage d'information qui donnerait au client des renseignements véridiques sur l'un des points essentiels qui le préoccupent : les caractéristiques et la durée d'usage des produits.

Cet exemple est typique des succès remportés par les groupes de consommateurs ; ceux-ci au bout de multiples démarches finissent par obtenir certaines mesures de protection mais qui ne vont pas jusqu'au bout de ce qui serait nécessaire et s'arrêtent le plus souvent avant que l'essentiel ne soit atteint. À cet égard il est regrettable que l'on n'ait pas rendu obligatoire l'apposition d'un code d'entretien des textiles (symboles permettant à la ménagère de savoir par exemple si le tissu supporte le [p. 384] repassage, le traitement à l'eau de javel...) ainsi que l'indication des performances de ces articles et des traitements de finition qu'ils ont subis.

Encore les consommateurs n'ont-ils pas toujours la chance d'obtenir le minimum de sauvegarde. Soit par exemple le problème d'un étiquetage complet des morceaux de viande offerts aux clients — formalité qui paraît élémentaire et en l'absence de laquelle il est impossible aux ménagères de faire des comparaisons valables. Certes, un tel étiquetage comporte de nombreuses difficultés techniques (variation de la qualité suivant les régions ; difficulté d'apprécier la qualité sur un morceau découpé ; présence dans tout morceau de parties de qualités différentes...). Tout ceci est vrai mais il faut également dire que la réalisation d'un tel étiquetage demeurera impossible tant que l'on n'aura pas imposé à la profession des procédés uniformes de coupe ; or c'est justement par d'astucieuses variations dans les méthodes de coupe, dont le Commissariat du Plan a demandé qu'elles fassent l'objet d'une standardisation nationale, que les bouchers sont susceptibles d'arrondir leurs bénéfices et, le cas échéant, de se rattraper des erreurs commises lors de l'achat des carcasses qui continue de s'effectuer au coup d'œil.

Il existe certes des procédés modernes de distribution de la viande dans lesquels l'étiquetage est assuré (débit industriel par quartiers qui sont expédiés aux bouchers en caissettes normalisées ; conditionnement de la viande sous cellophane). Mais ces techniques ne couvrent encore que 10% du marché. Périodiquement, les gouvernements, soucieux de contenir les tensions inflationnistes, s'efforcent de peser sur les prix de la viande au détail : mais les systèmes, parfois ingénieux et parfois rudimentaires, qui sont mis à l'essai en ces occasions, cessent assez vite de faire l'objet d'une application rigoureuse¹. L'histoire des rapports entre la boucherie et les autorités depuis 1945 a été faite trop souvent de la capitulation des secondes vis-à-vis de la première dont (réserve faite de l'emploi d'une argumentation technique unilatérale même si certains éléments en sont valables), l'une des principales sources de force tient à l'inertie des ménagères.

Parmi les difficultés essentielles du marché de la viande figure la difficulté de définir correctement la qualité des animaux, spécialement en ce qui concerne les bovins. L'éleveur lui-même connaît généralement mal ses bêtes et dès lors l'argent qu'il en retire tient non à leur valeur intrinsèque mais à un marchandage qui, selon les époques, favorise l'une ou l'autre des parties en présence. Il va sans dire que les intermédiaires sont prompts à tirer de fructueux profits de ces transactions.

Selon des experts français il serait nécessaire de prendre en considération sept critères pour donner une vue correcte de la qualité des bovins : âge et sexe ; race ; conformation ; qualité du muscle ; importance de l'os ; degré d'engraissement ; nature de la graisse. On envisage actuellement, d'établir pour chaque bête une fiche qui exprimerait en lettres ou chiffres l'ensemble de ces

¹ Le dernier en date (octobre 1963) de ces systèmes est, en liaison avec l'application de la taxation au détail, la classification des bouchers en quatre catégories selon les prix auxquels ils achètent sur les marchés de gros les carcasses dont ils ont besoin.

caractéristiques : les trois premières étant inscrites du vivant de l'animal et les quatre dernières ajoutées après examen de sa carcasse.

Ce système dont la mise en œuvre sera sans doute combattue par de nombreux professionnels doit être essayé sur certains marchés (Nîmes, Lyon et Metz) pour les gros bovins. Il aboutirait en somme à l'établissement d'une sorte de marque qui suivrait l'animal d'un bout à l'autre du circuit de commercialisation. Il donnerait aux autorités la faculté de contrôler avec plus d'exactitude l'un des marchés où le parasitisme des stades intermédiaires et, partant, l'exploitation des consommateurs est maximale. Observons une fois de plus que, comme la plupart des initiatives favorables au consommateur, celle-ci trouve son origine dans le secteur public.

En l'état actuel des choses, la meilleure chance des consommateurs et des groupes qui les représentent est l'existence, au sein de l'univers bureaucratique, de quelques services ou bureaux dont la vocation exclusive ou principale est d'assurer la protection du public contre telle ou telle des formes d'exploitation qui le menacent. Je suis assez sceptique sur la valeur des attitudes dictées par le souci de stopper les pressions inflationnistes car les mesures qui en découlent sont généralement temporaires et portent en moyenne sur l'apparence (niveau de l'indice des prix...). Seules présentent un véritable intérêt pour la défense des consommateurs les administrations qui se préoccupent, en permanence, de préserver leur santé et de valoriser leur pouvoir d'achat. Or si l'on rencontre plusieurs organismes au titre de la santé, la sauvegarde du pouvoir d'achat, à l'exception des cas de tromperie manifeste ou grossière, ne bénéficie pas des mêmes sauvegardes. Malgré l'effort des groupements de consommateurs nous en sommes toujours au principe du *Caveat emptor*¹.

Que la santé publique soit encore très imparfaitement protégée, j'en ai donné trop de preuves pour qu'il soit nécessaire de reprendre ce problème une fois encore. L'adoption de dispositifs de protection a, en divers cas, été facilitée par l'activité d'un groupe constitué à cet effet (ainsi en France le récent développement de la lutte contre la pollution atmosphérique). Mais le souci de la vérité oblige à écrire que dans la plupart des secteurs considérés (par exemple celui des produits pharmaceutiques), l'action des consommateurs organisée sur les autorités a été et reste pratiquement inexistante. La protection du public repose dès lors sur l'activité [p. 386] persévérante de quelques hautes personnalités et, dépend de la persistance chez de nombreux hauts fonctionnaires, d'un sentiment solide de leurs responsabilités vis-à-vis de la collectivité. Ces dispositions ne sont pas toujours suffisantes pour contre-balancer la pression des groupes économiques organisés (d'où finalement l'adoption, par l'effet de cette tendance au compromis, qui est l'un

¹ « Shopper beware » : tel est le titre donné à l'un des chapitres d'un pamphlet du parti travailliste sur ces problèmes, *Fair deal for the shopper*, octobre 1961, pp. 10-15.

des traits du régime représentatif, de règles de protection minimales et non pas optimales).

Les choses étant ce qu'elles sont, je donnerais volontiers aux consommateurs le conseil de favoriser au maximum le développement de l'économie publique qui présente l'incomparable mérite de ne pas enchaîner ses dirigeants à la maximisation du profit. Adoptant résolument le contre-pied du « Manifeste de Bruxelles » et, de sa méfiance à l'égard des réglementations étatiques, j'estime que dans un pays comme la France le service public, quels que soient ses défauts, est en moyenne plus attentif que l'entreprise privée aux intérêts légitimes des consommateurs. Même les monopoles fiscaux dont pourtant le rôle est de garnir les caisses du Trésor manifestent une telle supériorité. J'en veux pour preuve l'attitude de la Régie Française des Tabacs vis-à-vis des risques de cancer, que les statistiques disponibles invitent à tenir pour très sérieux, entraînés par une consommation excessive de cigarettes.

On sait qu'en dépit de ces risques cette consommation ne cesse d'augmenter. En 1962 le Trésor en a tiré un profit de l'ordre de 3 milliards. Or selon les statistiques françaises pour la période 1950-60, le nombre des décès par cancer du poumon a augmenté de 130% chez les hommes tandis que chez les femmes il ne s'élevait que de 30%. La Régie ne nie pas l'existence de ces risques : tout en s'efforçant de découvrir la formule de la cigarette de sécurité elle choisit pour ses fabrications les tabacs relativement les moins dangereux (c'est-à-dire les moins chargés en nicotine).

Le point important est que la Régie Française refusant d'être juge et partie a scindé en deux l'organisation de ses recherches. D'un côté les laboratoires du Service d'Exploitation Industrielle des Tabacs et Allumettes qui traitent des problèmes purement tabacologiques : ces laboratoires obtiennent des condensats de fumée qui sont utilisés pour ses expériences par le Groupe d'Études sur la Fumée du Tabac. Or ce groupe, entièrement financé par la Régie, est placé sous l'autorité du Directeur de l'Institut National d'Hygiène et ouvert à des chercheurs venus d'horizons très divers (Faculté de pharmacie de Paris, Service de cardiologie de l'Hôpital Boucicaut, Institut de recherches scientifiques sur le cancer...). Point essentiel : les recherches de ce groupe, même [p. 387] quand elles comportent des indications alarmantes, sont librement publiées dans les revues médicales que tous ceux qui s'intéressent au problème peuvent se procurer aisément. Or ce dispositif qui assure aux recherches sur les risques du tabac une impartialité totale a été monté sans l'intervention d'une pression extérieure quelconque.

Certes, les grandes compagnies privées qui approvisionnent le marché à l'étranger ont également monté des organismes de recherche parfois dotés de moyens considérables (cas des États-Unis). Cependant on peut avoir quelques doutes sur l'objectivité de ces démarches quand on sait que les résultats des travaux des chercheurs employés dans ces centres sont généralement tenus pour

confidentiels et que les trusts américains du tabac sont parvenus à empêcher l'American Cancer Society d'aborder le problème devant les écrans de télévision ¹.

Toutefois les grands trusts américains du tabac n'ont pu empêcher la formation d'une commission gouvernementale composée de dix savants dont le rapport déposé et publié en janvier 1964 souligne la gravité des risques courus par les fumeurs. Les conclusions de ce texte, qui repose sur la compilation de plus de 10 000 études faites dans le monde entier, sont si alarmantes que l'on envisage de prendre certaines mesures légales susceptibles de freiner l'abus du tabac. L'American National Association of Broadcasters a décidé de réexaminer, en liaison avec ce rapport, les pratiques publicitaires suivies en ce domaine (spécialement à l'égard de la jeunesse). Signalons qu'en prévision de ce rapport et pour essayer d'en limiter la portée, le Tobacco Institute a pris les devants en publiant un contre-rapport avant la lettre dans lequel plusieurs médecins minimisent les risques sur l'organisme d'un usage régulier du tabac ².

L'État Français n'étant pas soumis en ce domaine à la pression de l'industrie privée (celle des producteurs de feuilles de tabac ne devant pas toutefois être ignorée) pourrait certainement faire davantage pour endiguer la montée de la consommation. Cependant, les autorités supérieures accordant la priorité aux recettes fiscales sur les considérations de santé publique, il semble que l'attitude de la Régie soit aussi correcte qu'elle peut l'être dans ces circonstances.

Si la protection de la santé du consommateur comporte de graves et sérieuses lacunes, la défense de son pouvoir d'achat se révèle encore beaucoup moins bien assurée. On assiste quotidiennement au spectacle d'une économie dans laquelle une part notable des gains de productivité réalisés dans l'industrie sont absorbés par un appareil de distribution lourd et partiellement inutile. Les tares de ce système sont si connues [p. 388] qu'on peut se limiter à leur seule énumération : ampleur excessive des nombreuses marges commerciales ; disparité des prix des produits courants (spécialement des denrées périssables) d'un magasin à l'autre sans qu'existe le mécanisme d'information qui permettrait aux acheteurs de tirer profit de ces différences (l'abus contraire, tout aussi nocif étant la rigidité des prix qui découle du régime du prix imposé ou de ses substituts) ; cherté du crédit à la consommation dont certains taux sont nettement usuriers ; densité des points de vente trop forte dans la moyenne des cas et trop faible en quelques autres ; existence d'une armée de démarcheurs qui gaspillent leurs efforts au placement de produits dont les

¹ Selon *Science et Vie*, novembre 1963, p. 49. Je me suis inspiré de l'article publié sur ces problèmes pp. 46-54 et p. 133.

² « Not the final chapter » ont déclaré les porte-parole de l'industrie du tabac après le dépôt du rapport. On trouvera le texte de ces déclarations in : *New York Times*, 13 janvier 1964. Notons que les cinq grandes compagnies de cette branche ont attribué à l'American Medical Association qui l'a acceptée une subvention de 10 millions de dollars pour étudier les conséquences du tabac sur la santé.

consommateurs n'ont nul besoin ou dont ils feraient aussi bien l'acquisition tout seuls.

Comme le note la Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales : « quand nous considérons ... la densité des points de vente dans notre pays nous avons le sentiment d'une facilité de réussite déconcertante pour un ... (niveau) ... de compétence et de formation très bas »¹. N'oublions pas de mentionner à nouveau le luxe des installations commerciales dont le consommateur fait les frais.

Or, si l'on met à part les coopératives et quelques efforts sporadiques (obtention de rabais pour les membres des associations familiales, achats directs auprès des producteurs, groupements d'achat, coopératives d'entreprises...) les organisations de consommateurs sont pratiquement impuissantes, notamment auprès des autorités, à faire cesser ou plus modestement à réduire l'exploitation des consommateurs qui se réalise journellement au niveau du commerce. C'est là un indice significatif de leur faiblesse. Ce n'est pas le seul.

Un trait manifeste de la situation est l'incapacité des associations de consommateurs — du moins de celles assez rares qui s'intéressent à de tels problèmes — d'imposer les priorités élémentaires que commande le simple souci de l'avantage collectif. Pour la France, le logement des familles populaires devrait constituer le secteur par excellence d'une mise en œuvre prioritaire des ressources disponibles. On aperçoit mal les arguments susceptibles d'être opposés à l'affectation de la plus large part de ces moyens à l'habitat des travailleurs à revenus modestes. C'est un fait qu'en France et ailleurs l'industrie de la construction privée dont l'état du marché, lui-même fonction de la demande solvable, constitue le seul principe régulateur, n'a pas la même conception des urgences sociales.

La réglementation de l'étiquetage des textiles a certes, une grande importance mais que dire du problème posé par la situation des familles [p. 389] qui s'entassent dans des logements dépourvus du moindre confort ou de la moindre hygiène (les moins favorisées, celles qui n'ont pas un tel refuge, devant engloutir une large partie de leur revenu dans la fréquentation d'hôtels meublés ou se réfugier dans des cités d'urgence). En d'autres termes, le pouvoir des groupes de consommateurs, que ceux-ci s'accommodent de la situation (rappel du « Manifeste de Bruxelles ») ou la déplorent, cesse d'être perceptible au moment où cette intervention prendrait l'utilité maximale. Je pense qu'aucune autre considération ne saurait mieux illustrer le rôle secondaire et, somme toute, subalterne qu'assument aujourd'hui les groupes de consommateurs dans notre vie sociale. Et malgré le prestige dont elles jouissent en quelques pays, les organisations américaines et britanniques méritent d'être logées exactement à la même enseigne.

¹ In *La consommation et les associations populaires familiales*. Supplément à *Combat Familial*, n° 15, p. 12.

II. ANALYSE DE QUELQUES ESSAIS DE REDRESSEMENT

[Retour à la table des matières](#)

Au cours des dernières années plusieurs gouvernements ont esquissé de vastes programmes de défense des consommateurs. Je voudrais mentionner ici les projets britannique et américain qui ont fait l'objet de quelque attention en France et y ont bénéficié en divers milieux (le projet américain surtout) d'une appréciation optimiste et parfois dithyrambique. Or, dans l'ensemble l'un et l'autre se situent au niveau des actions secondaires — c'est-à-dire de celles susceptibles d'endormir les consommateurs en écartant leur attention des formes d'exploitation et des causes d'aliénation les plus graves qu'ils doivent au fonctionnement actuel du système capitaliste (l'Angleterre sous le règne des conservateurs ayant connu en très peu de temps une poussée exceptionnelle d'américanisation) ¹.

1. Grande-Bretagne : le rapport Molony.

[Retour à la table des matières](#)

Pour ce pays, le document de base est le *Final Report of the Committee on Consumer Protection* (dit Molony Committee du nom de son président J.T. Molony) ². Le rapport de ce comité qui commença son enquête en octobre 1959 a été déposé devant le Parlement en juillet [p. 390] 1962. J'en ai déjà parlé à propos de l'institution d'un Consumer Council dont la création constituait l'une des principales recommandations du rapport. Mais ce texte comprend de nombreuses autres propositions et suggestions dont l'inspiration commune est d'aider et de protéger le consommateur en tant que client ou acheteur. Certaines de ces recommandations sont de portée générale (ainsi celles qui concernent l'étiquetage, le crédit à la consommation et la publicité), d'autres au contraire visent des problèmes particuliers (ainsi critique de l'emploi d'éléments fluorescents dans les détergents).

Le rapport Molony présente le mérite d'avoir clairement établi que, durant les dernières années, la situation du consommateur britannique dans ses rapports avec le producteur s'est sensiblement détériorée, en particulier du fait de la multiplication des produits d'un type nouveau ou d'une substance neuve (produits que l'acheteur et même le détaillant sont de moins en moins aptes à juger correctement). En bref, le rapport expose les raisons qui ont fait en peu d'années de

¹ Voir le suggestif ouvrage de WILLIAMS (F.), *The American invasion*, Londres 1962.

² H.M.S.O., Cmnd 1781.

la protection du consommateur un problème politique et social brûlant. Par ailleurs, il est clair que si toutes les recommandations faites par ce texte se traduisaient par des décisions gouvernementales, la situation du consommateur britannique serait sur de nombreux points solidement améliorée. En dehors même des conséquences que doit tirer de ce travail le gouvernement (qui a déclaré accepter le comité dans son ensemble) la valeur pratique du dispositif suggéré par le rapport dépendra de la qualité et de l'inspiration du travail accompli par le Consumer Council qui en constitue la pièce principale. Or nous avons vu que la composition de ce Conseil est loin d'avoir donné satisfaction aux groupements de consommateurs.

À l'étudier attentivement, le rapport du Comité Molony n'est pas sans susciter quelque malaise. Le *Times* lui a fait louange de sa modération (*sober tone*) mais on peut se demander s'il était souhaitable qu'un organisme constitué au titre de la protection des consommateurs fasse montre, réserve faite de quelques critiques vigoureuses à l'égard d'activités particulières, d'une telle compréhension vis-à-vis du secteur production-distribution. Le rapport emploie volontiers, à propos des suggestions en faveur des clients, le terme de *practicability* comme s'il signifiait ce que l'on peut persuader les producteurs d'accepter. Autre expression favorite : *balanced judgment*. Mais c'est en somme aux consommateurs qu'il est le plus souvent demandé de témoigner d'une telle vertu ¹.

Le rapport qui rejette expressément l'idée d'un Ministère spécial pour les consommateurs déclare que la première sauvegarde du consommateur est qu'il se protège lui-même (*duty to look after himself*). C'est un avertissement certainement salutaire mais les suggestions du Comité ne tiennent pas toujours un compte suffisant des difficultés de cette tâche (par exemple timidité des propositions relatives à l'étiquetage).

Le rapport du Comité, tout en soulignant à quelques reprises l'intérêt du système des essais comparatifs, exprime à leur égard diverses appréhensions qui ont déjà été examinées dans la première section de ce chapitre. Selon lui, le pouvoir croissant qu'acquiert la Consumers Association (*so much power in so few hands*) constituerait un danger social si l'organisme venait à tomber sous la coupe de personnes moins scrupuleuses que les dirigeants actuels. D'où l'invitation faite à ceux-ci d'introduire une plus grande dose de démocratie dans la gestion de l'organisme. En somme le Comité n'hésite pas à recommander aux représentants des consommateurs des méthodes que pour leur part les managers de grandes entreprises ont depuis longtemps cessé de respecter. Cette crainte que le groupe des consommateurs n'acquière trop de pouvoir dans un univers pourtant dominé par des géants économiques situe correctement l'inspiration conservatrice du Comité Molony.

¹ J'ai été mis sur la piste de cette interprétation sémantique par un éditorial du *Guardian*, 26 juillet 1962, p. 8.

Celui-ci, dans ses recommandations finales, a d'ailleurs tenu à préciser que ses propositions n'impliquaient pas le plus léger dénigrement du commerce britannique.

Assez riche en détails pratiques, le rapport Molony ne comporte pas beaucoup d'idées. Ou plutôt il y en a une seule qui domine tout le dispositif : c'est que la concurrence constitue en définitive la meilleure sauvegarde (*the best friend*) du consommateur et que la concurrence entre les détaillants est vigoureuse dans l'économie britannique contemporaine. Je suis toujours surpris que des rapports d'apparence sérieuse et objective puissent utiliser le terme « concurrence » pour désigner une situation dominée par des structures et pratiques monopolistes d'un bout à l'autre de la production et de la distribution des richesses. Inévitablement, on est amené à s'interroger sur les causes réelles d'une telle déformation de la réalité. Sans même parler d'Unilever, le Comité Monoly pouvait-il ignorer, ce n'est qu'un exemple entre beaucoup d'autres, que la plupart des firmes britanniques d'alimentation sont des affaires de très grandes dimensions (de nombreuses fois plus grosses que leurs homologues françaises) ? Il est douteux que le mot « concurrence » ait le moindre sens à propos d'un trust comme Lyons dont les activités s'étendent au monde entier.

[p. 392]

2. États-Unis : le message Kennedy.

[Retour à la table des matières](#)

Le rapport Molony répond à une pratique courante : présenter quelques suggestions pour supprimer divers abus criants (ainsi dans l'ordre du crédit à la consommation) sans porter atteinte aux causes profondes de l'exploitation des consommateurs. Or le même jugement s'applique au message envoyé par le président J.F. Kennedy au Congrès en mars 1962¹. Comme toujours le point de départ est juste : les consommateurs, dit le message, sont le seul groupe important de l'économie qui n'est pas effectivement organisé et dont souvent la voix n'est pas entendue. Cependant il est douteux que les propositions faites aient pour résultat, même intégralement appliquées, de renverser cette situation. Celles-ci sont de deux sortes :

— Renforcement des programmes actuels de défense (dans l'ordre de la production alimentaire et pharmaceutique, de la sécurité des transports, de l'épargne, des pratiques commerciales trompeuses et des annonces publicitaires inexactes, du coût et de la qualité de l'habitation, etc.). Dans cette perspective, le Message souligne la nécessité d'améliorer l'information des consommateurs (notamment par la diffusion des travaux accomplis au sein des agences

¹ Le texte en a été publié par le *New York Times*, 16 mars 1962.

gouvernementales) et d'assurer leur représentation dans le gouvernement (rappel de la création à ce titre d'un Consumers Advisory Council).

— Établissement d'une nouvelle législation pour la protection des consommateurs : renforcement de la réglementation des produits pharmaceutiques et alimentaires (20% des nouveaux remèdes répertoriés depuis 1956 s'étant révélés ne pas correspondre sur un ou plusieurs points aux affirmations publicitaires concernant leurs effets thérapeutiques); répression des abus commis dans la distribution du crédit à la consommation; fabrication de postes récepteurs de télévision capables de capter les émissions sur la totalité des chaînes de haute fréquence actuellement en service; consolidation de la législation anti-trust; garantie de loyauté de l'emballage et de l'étiquetage.

Si toutes ces recommandations étaient suivies d'effet, la situation du consommateur américain serait certes améliorée sur de nombreux points. Mais, un tel résultat ne serait possible que si les autorités (et spécialement le Congrès) acceptaient de porter atteinte aux intérêts de très nombreuses catégories de producteurs (par exemple à ceux qui vendent chaque année pour 2 milliards de dollars d'articles cosmétiques n'ayant pas subi des tests de sécurité appropriés : d'où de nombreux accidents tels que brûlures, maux des yeux ou du cuir chevelu). Cependant il n'y [p. 393] a pratiquement aucune chance, dans l'état actuel des positions du Congrès, pour qu'une part importante des suggestions faites reçoive la consécration législative. Il est vrai que ce Message dont, pour reprendre une expression du *New York Times*, beaucoup de propositions possèdent une résonance populaire certaine (political appeal) ne fût pas sans augmenter le prestige du président Kennedy aux États-Unis et aussi en divers milieux de consommateurs européens incapables « aller au delà de l'apparence.

Admettons pourtant que ce programme soit entièrement appliqué. Le consommateur américain n'aurait peut-être plus les cheveux brûlés par des teintures inadéquates ou il ne serait peut-être plus victime de la distribution illicite de barbituriques. Mais sa position fondamentale dans le processus économique ne serait pas altérée : voué il est à absorber une production de marchandises mises en fabrication sur la seule impulsion du profit privé et voué à cette tâche il resterait. Le message américain est, en apparence, plus dur et plus « direct » à l'égard des producteurs que le rapport Molony. Mais ne soyons pas dupes des formes dont la diversité traduit simplement une différence de manières. En réalité aucun de ces deux textes n'exprime la plus légère critique à l'égard du régime économique — recherche prioritaire de la rentabilité financière — qui suscite et ne cessera de provoquer de tels abus.

Émanant d'un gouvernement conservateur qui pratique peu à l'extérieur la technique des « relations publiques », le rapport Molony, d'une lecture d'ailleurs bien indigeste, a eu peu de retentissement en Europe. Il n'en est pas allé de même pour le rapport américain qui a bénéficié de commentaires flatteurs et passe

désormais en divers milieux pour une sorte de charte moderne de la consommation. Or il n'y a pas une ligne dans le message, réserve faite de quelques morceaux de pure éloquence qui, de manière directe ou indirecte, mette fondamentalement en cause les règles du jeu dont pâtit le consommateur. Plus que le rapport Molony, dont le respect pour le secteur production-distribution n'a échappé à personne, le message Kennedy est susceptible de jeter la confusion — une confusion propice aux intérêts mercantiles — en laissant croire qu'en régime capitaliste il est possible de régler efficacement l'essentiel des problèmes de la consommation ¹.

En définitive, les efforts tentés et les programmes envisagés en ce domaine n'inclinent guère à l'optimisme quant à la possibilité d'assurer sérieusement et, moins encore intégralement, la protection du consommateur. À qui attribuer la responsabilité de cette situation ?

[p. 394]

III. FAIBLESSE DE LA PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

C'est évidemment l'explication par l'indifférence des consommateurs qui vient la première à l'esprit. En dehors des multiples témoignages déjà présentés, on peut en trouver une preuve supplémentaire dans la rareté des procès intentés aux entreprises par les associations de consommation pour violation de dispositions légales portant préjudice à l'ensemble de la collectivité. Les seules actions judiciaires d'inspiration collective intentées concernent les mouilleurs de lait, l'initiative de la poursuite revenant en général aux Unions départementales d'associations familiales. En d'autres pays (notamment États-Unis), les associations jouent un rôle important en cette matière, leur but étant d'obtenir la création d'une jurisprudence favorable aux consommateurs ². Il est vrai qu'en France les associations qui agissent au niveau

¹ Le Président Johnson vient à son tour (février 1964) d'envoyer au Congrès un message demandant l'établissement d'une législation spéciale de protection des consommateurs. Ce texte comporte plusieurs propositions qui, en moyenne, se situent dans le cadre du message Kennedy. Il est peu vraisemblable que le Congrès accepte de prendre les mesures demandées, quelques-unes de celles-ci ayant pourtant une grande importance sociale (ainsi la lutte contre les tromperies par l'emballage ou contre la pratique de taux excessifs en matière de crédit à la consommation).

² Comme exemple de ce que peut réaliser une volonté intrépide et aussi des obstacles que la jurisprudence des tribunaux oppose à la défense des consommateurs on citera le procès intenté par E. Milhaud à l'établissement thermal de la Preste. Le responsable en a narré lui-même les péripéties in « Une décision de jurisprudence. L'«arrêt Milhaud» provoque un grand débat de doctrine. Notre position et nos preuves. Appel au parlement et à l'opinion », *Annales de l'Économie Collective*, janvier-mars 1962, pp. 3-51. E. MILHAUD a expliqué les origines de cette

local ne sont pas toujours en mesure d'acquitter les frais du recours à un avocat. Mentionnons toutefois l'aide que les fédérations des locataires apportent aux personnes traduites par les propriétaires devant les tribunaux (spécialement dans l'ordre des expulsions) : un tel appui s'est souvent révélé des plus utiles.

Observons toutefois, à la décharge des groupements de consommateurs, que le système judiciaire français n'est pas, réserve faite de ce qui concerne les syndicats, très favorable aux actions d'intérêt collectif. Sous l'empire de la loi du 21 mars 1884, le droit d'action des syndicats fit l'objet de contestations que trancha en faveur de ceux-ci un arrêt des chambres réunies de la Cour de Cassation en date du 5 avril 1913. La loi du 12 mars 1920, autorise expressément ces groupes à exercer les droits de la partie civile pour tous les « faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession qu'ils représentent ». Les consommateurs, n'étant pas autorisés, même si leur action prend un style syndical, à se constituer en syndicats, sont dans l'incapacité d'utiliser cette disposition.

Les groupes de consommateurs sont normalement formés selon les dispositions de la loi de 1901. Or, il n'existe pas en droit français de texte général sur la recevabilité de leur action. Divers textes ont donné expressément à certaines associations le droit d'agir en justice pour la défense des intérêts généraux dont elles ont la charge. L'autorisation est tantôt de portée limitée (protection des travailleurs à domicile, sau-[p. 395] vegarde de la moralité publique, lutte anti-alcoolique...) tantôt de portée plus générale (UDAF et UNAF pour tous les « faits de nature à nuire aux intérêts moraux des familles », formule couvrant les poursuites pour fraudes alimentaires). À l'égard des associations non autorisées par la loi, le pouvoir d'agir est discuté et la jurisprudence reste en moyenne hostile à l'action d'intérêt collectif. La Chambre Criminelle de la Cour de Cassation maintient que l'association ne peut intervenir si elle n'a pas subi un préjudice personnel. Cependant certaines cours plus libérales tournent ce principe en feignant de considérer comme préjudice de l'association le préjudice subi par les membres dans les intérêts qui les rassemblent : mouvement valant surtout pour les associations investies d'une mission précise (associations de chasse et de pêche).

La thèse restrictive se fonde sur l'idée que le Ministère Public suffit à assurer la sauvegarde de l'intérêt général et qu'en généralisant le droit d'action en justice des groupes on empiéterait indûment sur les attributions de celui-ci. Des auteurs appuient ce point de vue en évoquant le risque de perte de temps et de complications inutiles que vaudrait aux magistrats, déjà surchargés, le zèle de ces collaborateurs bénévoles. Sans entrer dans la discussion approfondie de ce point de vue, disons qu'il semble pour le moins curieux de vouloir proportionner le droit d'agir en justice au temps disponible des magistrats.

Le domaine de la consommation établit justement qu'entre les actions déclenchées par le Ministère Public et celles intervenant à la demande des particuliers, peu nombreuses par la force des choses, il y a place, et une large place, pour des actions de moralisation collective. Ceux qui dans nos sociétés détiennent le pouvoir économique ont tant de droits et de possibilités qu'on ne donnera jamais assez de facultés de riposte à ceux qui en sont quotidiennement les victimes. Or, chacun sait, ou pourrait savoir qu'en cette matière les individus sont le plus souvent désarmés contre les abus dont ils sont victimes. Le jour où les commerçants d'une ville sauraient que toute opération malhonnête, n'ayant pas donné lieu à réparation immédiate, est susceptible de leur valoir une citation en justice — et ceci non par le client abusé qui généralement n'en a pas les moyens mais par un organe collectif bien outillé à cet effet — quelque chose pourrait être changé dans les rapports commerciaux au profit des consommateurs.

Que l'on repousse cette perspective ou non d'une certaine conception de l'ordre social, je le comprends sans pour autant l'approuver. Mais que l'on n'invoque pas la faiblesse des effectifs judiciaires. Quand ses propres [p. 396] intérêts sont en jeu (ordre public, fiscalité...) l'État sait parfaitement bien se procurer tous les collaborateurs nécessaires.

Bien entendu, le système que je préconise pourrait comprendre une première phase de négociations à l'amiable (du type de celle engagée par les Citizens Advice Bureaux britanniques). Mais pour être efficace, ce système supposerait, en dehors d'un groupement organique des consommateurs, la faculté d'en appeler collectivement en justice des dommages individuels non réparés. Il n'est pas équitable que le consommateur modeste reste finalement sans défense devant les manœuvres et roueries du secteur production-distribution.

*

* *

J'ai déjà énoncé les raisons assez impressionnantes au total qui conduisent les agents économiques à se défendre d'abord et principalement comme participants à la production. C'est un fait que dans les sociétés capitalistes la place occupée par les individus dépend étroitement de la position qu'ils occupent au niveau de la production. On comprend aisément que les travailleurs qui supportent durant toute leur existence le poids des rapports de production éprouvent des doutes à la fois sur la légitimité et sur l'efficacité d'une action transcendant au niveau de l'emploi du revenu les barrières de classes qui, au plan de la production, les maintiennent dans une situation subordonnée.

Or la plupart des associations dont j'ai effectué l'analyse en cet ouvrage présentent la caractéristique de placer leur action dans le cadre de la défense socialement indifférenciée des consommateurs. C'est même souvent l'un des arguments essentiels qu'elles utilisent dans leur campagne de recrutement. En somme, ces associations escomptent que la conquête de quelques avantages communs dans l'ordre de l'utilisation du revenu est susceptible d'effacer les oppositions et contradictions qui divisent les consommateurs dans tous les autres compartiments de leur existence. Qu'une telle supposition soit utopique, la faiblesse des effectifs des associations de consommateurs par rapport à ceux des syndicats (y compris dans les pays anglo-saxons où celles-ci connaissent pourtant un plus grand développement) suffit à l'établir pleinement ¹.

La volonté d'assurer une défense indifférenciée des consommateurs conduit nécessairement les associations considérées à se réclamer de l'« apolitisme ». Or, l'apolitisme n'est pas et ne saurait être une position politiquement neutre dans la mesure où le fait de ne pas se prononcer sur la valeur de l'ordre social revient à l'accepter (l'acceptation n'étant pas nécessairement exclusive de résignation).

[p. 397] Il est peu douteux que dans plusieurs cas la référence à l'« apolitisme » exprime une option sans équivoque en faveur du système économique établi : en préconisant que la défense de la famille s'effectue au niveau de la consommation, on tend à réconcilier les couches modestes avec l'ordre existant au bénéfice des couches dominantes, le monde patronal ayant tout de même moins à redouter de la réalisation d'essais comparatifs que de l'instauration du contrôle ouvrier. En d'autres cas, la proclamation de l'apolitisme est tenue comme la condition obligatoire d'un recrutement étendu (à la limite comme la servitude qu'impose le souci d'obtenir une large audience). Mais dans les deux cas, le résultat est le même : une tendance à éviter de souligner les causes fondamentales de l'exploitation du consommateur et, dès lors, par un enchaînement inévitable, une incapacité d'obtenir plus que des résultats modestes.

Finalement les associations de consommateurs sont prises dans un cercle vicieux dont je crois pouvoir dire, sur la base d'une longue enquête, qu'aucune n'est parvenue à le rompre : volonté d'« apolitisme » et limitation des activités à des questions de superstructure ; médiocrité des ambitions et faiblesse de l'attrait exercé sur les hommes. Si, au départ, l'extrême petitesse des effectifs de ces groupes constituait pour moi un sujet d'étonnement, la suite de l'enquête m'a permis de comprendre qu'il s'agit là d'une situation parfaitement normale. À vouloir

¹ Il est tout de même intéressant d'observer que la seule organisation à disposer d'un public assez large (de l'ordre de 50 000 abonnés) pour sa revue de tests comparatifs est l'OR.GE.CO. Or celle-ci, bien que se disant au service de tous les consommateurs a, de par ses origines, un style d'action syndical. C'est la preuve qu'en France un groupe ayant de nettes attaches avec un secteur social particulier trouve plus facilement audience que ceux voués dès le départ à la défense indifférenciée des consommateurs.

défendre indistinctement tous les consommateurs on n'intéresse ni les classes aisées qui ne ressentent guère le besoin d'une telle protection ni les classes populaires qui ne comprennent pas l'utilité de l'opération dans les conditions où elle est présentée (et notamment cette modération vis-à-vis des phénomènes d'exploitation qu'elles ressentent durement). Et, dès lors, le mouvement des consommateurs en vient à être une sorte de débouché pour certains éléments des classes moyennes assez éclairés pour comprendre la valeur des avantages qu'il peut procurer et assez modérés politiquement pour se sentir à l'aise dans une organisation apolitique.

En définitive, ce sont les conditions même de la lutte sociale qui expliquent l'indifférence notoire des consommateurs vis-à-vis des organismes qui entendent assurer leur défense. Tout compte fait, il ne semble pas que la participation de représentants des consommateurs à des manifestations comme les Assises Nationales du Commerce soit susceptible de renverser le courant. Bien au contraire, les consommateurs qui souffrent quotidiennement des abus de la distribution peuvent éprouver des doutes sur la légitimité d'une telle coopération. Est-il véritablement impossible de rompre ces obstacles pour élargir le recrutement et accroître la vigueur de ces associations ?

[p. 398]

IV. FORMULES D'ENGAGEMENT

[Retour à la table des matières](#)

De nombreuses formules ont été proposées qui sont le plus souvent entachées d'utopisme. Je me bornerai dès lors à signaler, sans entrer dans des explications étendues, celles qui m'apparaissent les plus significatives.

Je mentionnerai en premier lieu les idées de B. Lavergne sur le suffrage universel¹. Celui-ci défend une conception coopérative de l'État et du suffrage fondée sur l'idée du citoyen consommateur et, par là, propriétaire des services publics. Cependant, tout en se déclarant convaincu de l'hégémonie naturelle du consommateur, Lavergne estime que la société doit également faire une place à la qualité de producteur que possède tout être humain. Sur cette base, il aboutit à préconiser la division du Parlement en quatre catégories égales de membres : le premier quart élu au suffrage universel sur présentation des partis politiques, ce qui est la mise en œuvre du suffrage universel de type classique ; le second quart,

¹ Voir de cet auteur *Suffrage universel et autorité de l'État*, Paris 1949, et *L'hégémonie du consommateur*, Vers une rénovation de la science économique, Paris 1958, pp. 18-46.

correspondant à un suffrage universel professionnel, aurait pour rôle d'exprimer les intérêts matériels des citoyens et serait en conséquence élu sur la présentation des groupements d'employeurs et d'employés ; le troisième quart, ayant pour objectif d'exprimer les croyances et désirs moraux, serait élu au suffrage universel sur présentation de toutes les associations d'intérêt général (y compris les associations coopératives et mutualités) ; le quatrième quart enfin serait l'expression des corps techniques ou scientifiques et constituerait donc le suffrage des experts sociaux.

Selon Lavergne, les trois premières catégories reposeraient sur des choix émanant tous trois, malgré la diversité des points de vue envisagés, des hommes en tant que consommateurs, seuls les experts techniques ou scientifiques prenant part au vote en qualité de producteurs, d'apporteurs de compétence sociale. Ainsi les consommateurs, disposant des trois quarts des sièges, domineraient-ils la vie politique sans que les producteurs en soient totalement absents.

L'auteur ne témoignant d'aucune modestie dans l'exposé de son projet (« invention politique », une « idée si neuve, si révolutionnaire même... (qu'elle) rencontrera beaucoup d'opposants ») il est plus facile de dire que le système proposé qui demande aux hommes de voter successivement en exprimant à chaque fois des points de vue différents, s'apparente à un pur chaos intellectuel. J'avoue aussi ne pas comprendre le [p. 399] raisonnement qui permet de traiter comme des suffrages de consommateurs les votes émis à propos de candidats présentés par des organisations d'employeurs et il me semble bizarre, c'est le moins que je puisse écrire, de réserver la qualité de producteur aux membres des corps scientifique ou technique (que Lavergne range en trois séries : sciences sociales proprement dites ; culture historique et culture générale ; sciences exactes). Au surplus, comme l'écrit P. Lambert « Quel paradoxe ... de partir de l'idée coopérative pour ressusciter le suffrage « capacitaire » et pour abandonner, dans le domaine politique, le principe coopératif fondamental : Un homme, une voix » ¹.

Une autre piste, en apparence plus sérieuse, pourrait être la fondation d'un parti des consommateurs. Dans le désarroi résultant des succès électoraux successifs du parti travailliste britannique, l'idée en a été lancée, voici quelques années par Michael Young ². Le mot d'ordre de ce parti serait de faire en sorte que la politique trouve son centre de gravité de moins en moins dans les problèmes de la production et de plus en plus dans ceux de la consommation. Cette vue globale est ensuite traduite en un plan d'action détaillé qui s'attache d'abord à la réforme de quelques uns des abus les plus criants. L'auteur de ce programme pense que s'il comporte de réelles difficultés, le groupement politique des consommateurs ne représente pas une impossibilité : il s'appuie sur un sondage, à vrai dire très étroit, pour établir

¹ In *La doctrine coopérative*, op. cit., p. 170.

² En un pamphlet incisif, *The chipped white Cups of Dover*, A discussion of the possibility of a new progressive party, octobre 1960.

qu'une telle formule trouverait une audience auprès du corps électoral. Naturellement, le Labour, s'il consentait à se réformer, pourrait être ce nouveau parti.

Ces idées me semblent avoir pour principal mérite — et peut-être s'agissait-il là de l'objectif réel de M. Young, d'appeler l'attention des partis traditionnels sur la nécessité de prendre en considération les problèmes que pose aux consommateurs le capitalisme moderne. Il est clair que ces partis — et spécialement les partis ouvriers et travaillistes — ont accordé beaucoup trop peu d'intérêt au mouvement qui tend à faire perdre à l'homme-consommateur une fraction du revenu que parvient à s'assurer l'homme-travailleur.

Le projet de Young n'a pas eu de suite mais, en octobre 1961, le Labour Party publiait un pamphlet *Fair deal for the shopper* qui contient un programme assez détaillé de défense du consommateur en ce qui concerne les achats de marchandises. Ce texte, d'inspiration empirique, ne comporte guère d'éléments neufs. Cependant plusieurs de ses suggestions sont intéressantes : ainsi l'idée qu'en cas de débat sur le contenu d'une réclame, ce serait, à l'agence de publicité — ou à l'entreprise qui [p. 400] l'emploie — d'établir la véracité des affirmations émises ou des promesses faites. Sans repousser à priori la légitimité de certaines exemptions, le rapport se prononce contre le système des prix imposés. Observons pourtant que ce programme témoigne dans l'ensemble de quelque modération vis-à-vis des causes de l'exploitation des consommateurs.

Comme telle, l'idée de former un parti des consommateurs n'a pas beaucoup de consistance. Ou ce parti essaierait d'obtenir un effectif et un électorat de type socialement indifférencié — ce qui lui ôterait toute perspective de développement. Ou au contraire il lierait son sort à un groupe social déterminé — en fait les travailleurs : et il est alors peu vraisemblable que ceux-ci consentent à troquer la défense au niveau de la production pour une autre tout à fait incertaine qui se situerait au plan de la consommation. L'échec du Parti coopératif britannique, qui disposait pourtant au départ d'atouts incomparables illustre en tout cas, et de manière presque clinique l'extrême difficulté de grouper politiquement les hommes sur la base de la consommation.

Une autre preuve en est fournie en Suisse par le destin de l'Alliance des Indépendants. Fondée en 1935 par G. Duttweiler pour assurer la défense de la Migros sur le plan politique, spécialement auprès des autorités fédérales, l'Alliance se présente elle-même comme un groupe luttant depuis des années pour les intérêts du consommateur en général, c'est-à-dire abstraction faite de toute référence à la stratification sociale. Et il est vrai que la liste des sujets auxquels elle s'est attaquée durant les dernières années témoigne d'une attention soutenue à l'égard des problèmes de la consommation.

Un point cependant frappe l'observateur : alors que la Migros n'a cessé de se développer ayant désormais un chiffre d'adhérents de plus de 600 000 dans toute la Suisse, l'Alliance n'a réussi à s'implanter que dans un petit nombre de cantons où elle ne mobilise guère plus de 50 000 voix. Il y a donc une nette dissociation entre le comportement de l'acheteur de produits alimentaires et l'électeur — dissociation facilitée en Suisse par le fait que les ménagères ne disposent pas du droit de vote (le suffrage féminin n'ayant été acquis que dans les trois cantons romands où il ne joue qu'au plan cantonal).

Une troisième voie pour stimuler la participation des consommateurs est l'adoption de la formule syndicale qui, par son style même, est plus propice à l'engagement que le rassemblement ordinaire. J'ai déjà évoqué les essais de syndicalisation tentés par la Confédération Générale du Logement et la Confédération Nationale des Associations Populaires Fa-[p. 401] miliales. Cependant quelques auteurs ont émis l'idée que la formule pourrait être utilisée pour assurer l'organisation des consommateurs dans leur ensemble. Encore que leur influence soit demeurée faible, ces idées méritent une brève analyse.

Je voudrais tout d'abord mentionner la doctrine de G. Valois qui a utilisé comme instrument de diffusion de celle-ci le Mouvement du Nouvel Âge. C'est ce mouvement, ou plutôt toutes les formations l'ayant précédé (Cahiers Bleus, Chantiers, La Compagnie d'Organisation Rationnelle) qui va mettre en circulation l'idée qu'il est nécessaire de renverser la conception traditionnelle qui attribue aux producteurs la charge de la production en confiant à la consommation la responsabilité d'assumer l'activité productive. Dès 1928, Valois formule une première proposition d'organisation de l'industrie et des services publics par les usagers ¹. Cependant c'est en 1934, après que le Mouvement du Nouvel Âge se soit séparé de toutes les organisations « ayant une attache avec une forme quelconque de capitalisme ou de parlementarisme » que Valois met au point sa conception du syndicalisme des consommateurs ².

L'idée fondamentale en est la nécessité de prendre en considération l'homme total, c'est-à-dire l'individu à la fois producteur et consommateur. L'homme ne produit pas pour produire mais pour consommer. S'il travaille, c'est sous le commandement de son impérieux besoin de consommation. Il importe donc de placer dès la base le commandement de toute la production aux mains du syndicat des consommateurs qui, dans le cadre de la commune, société naturelle élémentaire, comprendra tous les individus sans distinction de sexe ni d'âge ni de fonction. Ce syndicat, gestionnaire des entreprises au nom du besoin de consommation, délègue ses pouvoirs techniques à la direction de chaque cellule de

¹ Voir à ce propos deux des ouvrages de VALOIS, *Nouvel âge de l'humanité*, Paris 1928, et *Économique*, Paris 1931.

² In « Lettre aux deux internationales », *Nouvel Âge*, décembre 1934.

production mais conserve la faculté d'orientation et de surveillance permanente du secteur productif ¹.

L'échec des grèves de 1936 apporte à Valois la preuve de la faiblesse du syndicalisme traditionnel : celui-ci n'est pas en mesure de faire la révolution sociale faute d'un instrument de gestion prêt à fonctionner. Il lui semble que le syndicalisme des consommateurs, dont le premier élément est créé au Havre dès le début de 1937, constitue le seul instrument valable à cet égard — un instrument de libération de l'homme contre les trusts, les ligues, les bureaucraties, l'État. Durant l'année 1938 plusieurs syndicats de cet ordre sont mis en place, Valois s'efforçant d'assurer sans trop de heurts le passage de la doctrine à la pratique. La guerre stoppera ce mouvement qui ne sera pas repris par la suite (mort de G. Valois en déportation).

[p. 402] Cet essai de syndicalisation des consommateurs, dont la présentation doctrinale ne brille pas toujours par la clarté et la cohérence, s'intègre dans un vaste schéma d'économie distributive sur lequel je reviendrai. On voit de toute manière, que chez son promoteur, le recours au syndicat est lié à une réforme radicale et fondamentale de la vie sociale dont sont systématiquement exclus les partis et les sectes. Au terme de la réorganisation, il n'y a plus de propriété privée des biens de production mais une immense propriété sociale indivise entre tous les hommes.

Dans cette perspective, évoquons aussi la notion de la grève distributive avancée par le Mouvement Français pour l'Abondance. Au lieu d'arrêter le travail en faisant la grève, il serait préférable, spécialement lors d'une grève générale, d'occuper les usines d'intérêt vital pour la population, d'en assurer l'exploitation en payant le salaire des ouvriers et d'effectuer une distribution directe des biens produits aux consommateurs. C'est toujours l'idée de fonder la production sur les besoins des consommateurs en faisant l'économie des intermédiaires.

J'ai déjà mentionné l'échec subi par l'Union Nationale pour la Défense des Consommateurs. L'idée de base de ses fondateurs était de s'opposer à toutes les opérations malthusiennes ayant pour objet la destruction des produits ou des denrées utiles ou encore la limitation des productions pour lesquelles il reste une demande non solvable à satisfaire. Remède de base à la situation présente : ouvrir à la production nationale le débouché aujourd'hui insolvable que représentent les sous-consommateurs français (petits et moyens salariés, économiquement faibles, retraités, familles nombreuses...). L'instrument primaire du mouvement devait être, à l'échelon communal, le syndicat des usagers et des consommateurs constitué selon l'article premier des statuts en vue de « défendre contre les abus et frustrations dont ils sont journellement victimes les consommateurs et usagers au

¹ On trouvera de nombreux matériaux utiles à la compréhension du mouvement dans plusieurs numéros de *Nouvel Âge* (notamment numéro spécial du 25 septembre 1937 ; numéro spécial du 20-24 mai 1939 ; numéro de janvier-février 1940).

taux d'insatisfaction anormalement élevé »¹. Il était prévu que les syndicats se réuniraient en 21 fédérations régionales.

Parmi les moyens d'action préconisés, je citerai : dépôt de cahiers de revendications ; grèves d'achat tournantes ; barrages de ménagères aux abords des marchés ; instruction des plaintes reçues par le syndicat pour fraudes sur les qualités ou sur les quantités ; délivrance de labels aux distributeurs et marques agréés ; expérience d'une distribution d'« excédents » alimentaires par l'emploi d'une « monnaie parallèle » ; établissement d'une liste de réalisations utiles souhaitées par les consommateurs sur le plan local ou général ; procès au Fonds d'Orientation et de Régularisation des Marchés Agricoles et à certains groupements d'agriculteurs sur la base de l'article 459 du Code Pénal.

[p. 403] Récemment (février 1964), les principaux animateurs de ce mouvement ont fondé la Fédération des Syndicats d'Usagers et de Consommateurs dont l'objectif général est de rassembler sous l'égide de syndicats et autour de moyens d'action communs les usagers et consommateurs « victimes de l'insécurité du revenu, d'abus et de frustrations, en vue de recueillir leurs doléances et de faire aboutir leurs revendications ». Le groupe se veut révolutionnaire dans la mesure où il réclame un changement des structures économiques existantes (mode de formation des revenus, système des prix et nature de la monnaie) : mais il entend réaliser ce programme sans qu'il soit dérogé aux conditions de vie de quiconque et avec le concours des animateurs actuels de la production. En somme, la formule d'économie communautaire dont se réclament les promoteurs de la Fédération pourrait être instaurée grâce à une « révolution sans perdants » qui, en particulier, laisserait aux chefs d'entreprise la libre initiative de leurs décisions et le contrôle de leur personnel.

La Fédération insiste sur l'inefficacité des revendications dont l'objectif reste situé dans le cadre des institutions économiques actuelles. Sur la base d'une longue enquête, cette vue paraît solide. Le point reste de savoir s'il serait possible de réaliser les transformations suggérées (substitution de visas d'utilité aux visas de rentabilité, disparition des gaspillages et du malthusianisme qui frustrant les consommateurs en stérilisant les vraies richesses, etc.) sans mettre en cause la structure des rapports de production. Nous retrouverons ce problème.

Au total, l'usage du mot syndicat pour désigner les associations de consommateurs implique chez ces auteurs le souci de rompre, de manière plus ou moins complète, avec les principes de l'ordre social établi. Avec des variantes considérables d'un système intellectuel à l'autre, ces groupes cessent de croire que l'on puisse trouver des solutions valables et durables aux problèmes de la

¹ On trouvera de nombreux matériaux utiles à la compréhension du mouvement dans plusieurs numéros de *Nouvel Âge* (notamment numéro spécial du 25 septembre 1937 ; numéro spécial du 20-24 mai 1939 ; numéro de janvier-février 1940).

consommation dans les structures habituelles. Leur but est donc d'assurer la transformation de la société à partir et en fonction des besoins des consommateurs — ce qui implique, au moins initialement, l'établissement d'une liaison privilégiée avec un secteur seulement de la société c'est-à-dire, bien entendu, le groupe ou milieu de ceux qui estiment imperfectible le système existant.

C'est là une toute autre orientation de l'activité des groupes de consommateurs mais jusqu'à présent, les réalisations enregistrées à ce titre sont demeurées très limitées et fragmentaires. Il est dès lors permis de se demander si la consommation peut constituer le point de départ de telles modifications ou si toute transformation importante ne doit pas passer nécessairement par une modification des rapports de production.

[p. 404]

*
* *

En définitive, il n'y a pas de recette-miracle pour renforcer les effectifs et la capacité d'influence des groupes qui se proposent d'agir dans le cadre du régime établi. Sans entretenir d'illusions sur sa portée profonde, je crois pourtant qu'à condition de ne pas la prendre comme une panacée, cette activité peut rendre des services. Il n'y a d'autre moyen d'en étendre et d'en consolider les secteurs d'intervention que par la création des groupes d'intérêt capables, toutes les fois où une démarche auprès des autorités se révèle nécessaire ou utile, de se transformer en groupes de pression et d'utiliser les techniques mises en œuvre par ceux-ci.

Même si l'on n'en saurait attendre tous les résultats attendus par leurs partisans, les essais comparatifs présentent le mérite de polariser l'attention des consommateurs et de créer les premiers éléments d'une prise de conscience. C'est avant tout à ce titre que les essais doivent être encouragés et qu'il serait souhaitable, moyennant vérification de leur solidité et de leur impartialité, d'en organiser la diffusion sur toutes les chaînes de la radio-télévision nationale. Cependant je doute que même à ce prix l'on parvienne à rassembler en France, au moins dans un proche avenir, des masses de consommateurs suffisantes pour former un levier d'intervention autonome de grande puissance sur les autorités publiques et le secteur producteur-distribution.

Dans ces conditions, la seule voie ouverte est de faire appel aux organisations de masse qui, par la nature même de leur clientèle s'intéressent, et de plus en plus semble-t-il aux problèmes de la consommation. Sans oublier les coopératives de consommation, rappelons à cet égard que ces secteurs sont avant tout les syndicats ouvriers et les groupements familiaux ainsi que plusieurs organisations féminines. Cette manière de procéder présente cependant deux dangers qui ne se manifestent pas toujours : que ces groupes, engagés dans de dures batailles au titre de la

formation ou de la préservation du revenu (pour les organisations féminines la traduction dans les faits du principe d'égalité entre les hommes et les femmes) n'accordent qu'une attention limitée aux problèmes de la consommation et hésitent à mobiliser leurs troupes à cet égard, surtout s'il s'agit de sujets ne présentant pas une importance capitale ; que les intérêts de ces groupes (spécialement ceux des syndicats) centrés en premier lieu sur la production n'entrent de quelque manière en conflit avec ceux de la consommation.

Ces dangers sont d'autant plus nets que l'association des consommateurs proprement dite s'en tiendra systématiquement à des actions à l'intérieur du régime. L'arme de la grève ouvrière est tout de même trop lourde de conséquences pour qu'on la mette comme telle au service d'une protestation contre des refus de vente ou des marges excessives : il est clair que le syndicat prendrait des risques de tous ordres en faisant sortir la grève du cadre des rapports du travail sinon de manière exceptionnelle et pour un objet capital. Les syndicats et autres groupements pourraient certes s'associer à une grève des achats ou à des boycottages mais ce sont là des armes que les associations à recrutement indifférencié hésitent à utiliser. Quant aux oppositions d'intérêts, elles sont très faciles à concevoir si l'association des consommateurs et les groupes de soutien trouvent leurs dirigeants et leurs effectifs dans des milieux sociaux différents. Pourtant ne poussons pas le défaitisme jusqu'à tenir pour impossible la réalisation d'accords de principe et l'accomplissement d'actions concertées¹.

Une autre manière d'améliorer la défense des consommateurs est de susciter la création et l'expansion d'organisations spécialisées dans l'un des domaines, de plus en plus nombreux, vers lesquels se dirige désormais une fraction croissante du pouvoir d'achat disponible (ainsi culture, loisirs, vacances...). En principe le recrutement de ces groupes peut sembler moins difficile que celui des organismes à vocation générale. Dans la mesure où il n'existe pas aujourd'hui de centre de coordination et d'arbitrage entre ces divers intérêts, il peut en résulter des tensions ou querelles entre les diverses associations. Cependant ces dangers sont susceptibles d'être réduits si, de temps à autre, des initiatives sont prises en vue de rassembler les groupements isolés autour d'une préoccupation d'ordre général (le colloque des usagers de la région parisienne).

C'est seulement si elles augmentent leurs effectifs et leur rayonnement que les associations seront capables de se procurer les services d'ingénieurs et d'organisateurs comme aussi de rassembler la documentation indispensable — moyens de travail sans lesquels elles resteront d'éternelles mineures auprès de leurs interlocuteurs tant publics que privés. Il est vrai que même correctement pourvues

¹ À titre d'expérience historique, voir l'étude de MILHAUD (E.), « L'action du syndicalisme américain pour une politique d'expansion parallèle de la production et de la consommation », *Annales de l'Économie Collective*, mars-juin 1949, pp. 113-184.

de personnel et d'instruments matériels, les associations de consommateurs, surtout celles qui ne veulent pas mettre en cause l'état présent des relations socio-économiques, trouveraient assez rapidement des limites à leurs interventions.

[p. 406]

V. LIMITES À L'ACTIVITÉ ET À L'INFLUENCE DES GROUPES

[Retour à la table des matières](#)

Elles sont de deux sortes : les unes trouvent leur origine dans la puissance des forces antagonistes, les secondes tiennent aux impératifs de fonctionnement du système capitaliste au stade actuel de son évolution. Les premières peuvent, à la rigueur, être franchies grâce à un concours de circonstances favorables. Je tiens par contre les secondes pour infranchissables sauf modification dans le système socio-économique que, normalement, les associations à recrutement indifférencié n'envisagent pas.

La première série de limites est due à l'intervention des organismes défavorables à l'activité des groupes de consommateurs parce que celle-ci risque de les gêner ou de les léser. L'ambition des associations de consommateurs est de disposer d'une force contractuelle qui leur permette de discuter d'égale à égale avec les firmes ou les groupes qui les représentent. Si l'on considère l'état présent des structures de la production, c'est là une prétention qui semble difficilement réalisable. Or les grandes concentrations monopolistiques non contentes de régenter la production s'attachent aujourd'hui, par l'intermédiaire du capital financier, à pénétrer dans le secteur de la distribution. Ce sont là des puissances auxquelles il est impossible que de simples associations de consommateurs parviennent à s'égaliser.

Admettons que dans certains cas, ces associations, du moins les plus puissantes d'entre elles, sont susceptibles de porter quelques coups aux grands empires économiques. Ainsi, en alla-t-il lorsque la Consumers Association britannique publia en décembre 1961 les résultats de ses premiers tests comparatifs en matière d'automobiles. Des huit voitures utilitaires soumises à examen (six anglaises, une française et une allemande), c'est la Volkswagen qui reçut la palme de « meilleure acquisition ». L'affaire qui valut à l'Association beaucoup de prestige dut certainement causer des soucis à l'industrie automobile nationale. Mais celle-ci dispose grâce à la publicité et aux « relations publiques » de bien des moyens d'en appeler de ce verdict devant l'opinion. Au surplus la Consumers Association est sans pouvoir quant aux accords en tous genres que peuvent signer entre elles les firmes intéressées sur le plan national et international.

Certes, un tel organisme pourrait jouer un rôle dans la lutte contre les monopoles à condition de coordonner ses activités avec celles du [p. 407] mouvement ouvrier. Mais pour que des résultats appréciables soient atteints, il faudrait à la fois et que les syndicats témoignent d'aspirations au changement et que les groupes de consommateurs acceptent de les suivre sur cette voie. Or la vocation qu'affichent les plus audacieux de ceux-ci est de rendre plus supportable ou tolérable par quelques réformes limitées un état de choses dont ils ne contestent pas le bien-fondé.

Il est à cet égard intéressant d'observer les traits qui, en Grande-Bretagne, rapprochent la Consumers Association de la Fabian Society : il s'agit à l'image de ce que préconisait la vieille Société fabienne, de réformer le capitalisme par une action de type empirique. Encore faut-il noter entre les deux mouvements une importante différence : le mouvement fabien était en contact étroit avec la force ouvrière elle-même, tandis que la Consumers Association a une clientèle qui se recrute principalement dans la bourgeoisie moyenne et petite. En somme, l'idéologie du *consumerism* est sensiblement en retrait sur celle pourtant bien modérée de l'ancien fabianisme. Et dès lors, il ne semble pas que les monopoles comme tels aient à redouter des dommages fondamentaux de semblables campagnes. Le moment venu, la Consumers Association signera, elle aussi, le Manifeste de Bruxelles dont la mise en application ramènerait la politique économique à ce qu'elle était à la fin du siècle dernier.

Un point renforce la portée de ces observations : en règle générale, les associations de consommateurs, qu'elles se livrent à des tests comparatifs ou entreprennent d'autres activités, ne mettent pas en cause la légitimité de la répartition des forces productives en fonction de la demande solvable. Ces groupes s'intéressent aux produits mis sur le marché du seul point de vue de leur qualité (ou du rapport qualité/prix) sans se demander si la présence même de ces produits, quelle que soit par ailleurs leur valeur intrinsèque, est conforme à l'avantage collectif. Une fois de plus nous sommes ramenés, et c'est en fait le problème clé, au choix des priorités auquel il faut bien dire que beaucoup de ces groupes ne portent pas la moindre attention.

Encore ai-je principalement raisonné sur le cas d'une association que d'aucuns, en raison de sa puissance, tiennent déjà pour une sorte d'institution nationale. Ailleurs, les groupes de consommateurs ne possèdent pas la même aptitude à inquiéter les firmes capitalistes. Cependant cette faiblesse peut en quelque mesure être compensée, si les premiers disposent d'appuis au sein de l'administration — appuis assez forts pour contrebalancer ceux dont, en tout pays et à tout moment, jouissent les entreprises. Mais, quand un service gouvernemental est décidé à enga- [p. 408] ger sur un point particulier la lutte contre les monopoles, on peut se demander si l'intervention d'un organisme incapable de mobiliser par lui-même d'importants effectifs est susceptible d'ajouter quoi que ce soit à cette

détermination. De manière générale, les associations de consommateurs ne peuvent obtenir de résultats sérieux (ainsi réglementation des additifs alimentaires) sans un appui administratif qui compense leurs insuffisances propres. C'est déjà un très sérieux handicap.

En réalité il me semble que dans la plupart des cas les problèmes affectant les monopoles, qu'ils résultent des luttes se déroulant entre ceux-ci ou trouvent leur origine dans les essais de contrôle tentés par la puissance publique, passent par dessus la tête des associations de consommateurs.

Admettons pourtant que ces associations parviennent à développer considérablement leurs facultés d'intervention. Dans la mesure où le régime capitaliste à son stade présent de fonctionnement exige une docilité certaine du consommateur et une docilité qui ira croissant (débouchés pour la production automatisée) ces groupes atteindraient assez rapidement le point où leur activité cesserait d'être tolérable pour la machine économique. Il faudrait alors ou bien que ces associations s'imposent des restrictions volontaires dans l'exercice de leur puissance ou, sinon, que l'on mette en œuvre d'autres moteurs que la recherche de la rentabilité privée à travers la satisfaction de la demande solvable. Bien entendu nous n'en sommes pas là : cependant, même s'il s'agit de limites de type idéal, le raisonnement présente l'avantage de rendre apparent le caractère illusoire des projets tendant à reformer le système, qu'ils trouvent leur origine dans une détermination gouvernementale (rapport Kennedy, comité Molony) ou dans la volonté qui, pour la majorité des cas, n'est pas encore d'actualité, des consommateurs eux-mêmes.

Imaginons par exemple qu'à la suite d'une vigoureuse campagne des groupes de consommateurs ou d'une réglementation gouvernementale, l'emballage soit ramené à ce qui est strictement indispensable pour assurer la bonne conservation des produits, les sommes économisées à ce titre étant simplement déduites du prix de vente. Une telle opération aurait, sans doute, l'approbation de la majorité des consommateurs à revenus modestes. Il est cependant facile d'envisager les perturbations graves que ces mesures produiraient dans de nombreuses entreprises et les protestations de tous ordres qui en résulteraient. Or celles-ci seraient aussi le fait des ouvriers menacés de chômage et des syndicats qui les défendent. Et il faut admettre que dans le contexte présent, même si [p. 409] l'entreprise capitaliste en reste le bénéficiaire final, de telles protestations seraient légitimes.

Envisageons le cas du crédit à la consommation. Certes les associations de consommateurs peuvent accomplir d'utiles démarches en luttant contre les abus manifestes de l'opération. Mais il faut aller plus loin en se demandant si le principe même de l'opération ne devrait pas être mis en cause. Qu'il soit souhaitable de prévoir dans certains cas un échelonnement des paiements en matière de biens durables ne paraît pas déraisonnable. Par contre le développement systématique de cette forme de crédit soulève une double série de problèmes. On peut se demander

s'il est opportun de charger les budgets modestes d'un endettement qui peut constituer une lourde charge et d'un autre côté s'il est souhaitable de lier le rythme d'expansion de branches entières d'industrie à l'attribution de facilités de crédit sans cesse croissantes aux acheteurs.

La solution la plus heureuse serait certes d'élever suffisamment les ressources des familles modestes pour leur permettre d'acheter au comptant. Mais il faudrait pour cela transformer la structure des revenus. En tout cas, si comme je le crois, il convient d'envisager avec méfiance l'expansion de l'endettement — qui constitue désormais, surtout aux États-Unis, un puissant élément d'incitation au gaspillage — les industries intéressées n'auraient pas de peine à démontrer que tout système de restriction permanent (à ne pas confondre avec les habituelles manipulations au titre de la lutte anti-inflationniste) se traduirait ou risquerait de se traduire par une baisse de leur niveau d'activité. Et une fois de plus les travailleurs, même si aujourd'hui plusieurs leaders syndicalistes éprouvent des doutes quant à la valeur sociale de ce mode d'acquisition, seraient contraints, par la nature même du régime, de se ranger dans le camp des patrons.

Allons plus loin en supposant qu'un jour les associations de consommateurs ou les autorités gouvernementales décident de s'attaquer au gaspillage que constitue, sous couleur de suivre la mode ou de tenir son rang, la mise au rebut d'un objet quelconque présentant encore de larges possibilités matérielles d'utilisation. On dira qu'il serait facile d'utiliser les forces productives que libèreraient de telles dispositions pour permettre à toutes les catégories défavorisées qui ne jouissent pas du minimum social d'atteindre celui-ci. Mais le capitalisme, lié à la demande solvable ne comporte pas les mécanismes d'un tel transfert ou ne les possède qu'à un degré insuffisant. L'enchaînement capitaliste (demande solvable → tendance au gaspillage et à la civilisation du *gadget* → extension des incitations publicitaires) ne saurait être brisé, réserve faite [p. 410] d'une augmentation de l'endettement des consommateurs, que par une remise en cause de l'aptitude du premier terme à orienter la distribution des ressources productives. Et si l'on ne veut pas s'en prendre à la cause profonde du système tout effort pour peser sur l'un des chaînons ultérieurs (ainsi réduction autoritaire des dépenses de publicité ou essai de « moralisation » de celle-ci) aurait pour effet inévitable d'introduire dans l'économie des éléments de dépression et même de chaos.

On peut prendre le problème sous un autre angle en se demandant si le besoin de sécurité qui anime aujourd'hui les divers participants au processus de la production n'impose pas, à lui seul, de sérieuses restrictions à la défense des consommateurs. Tout en ayant peu de confiance dans la concurrence pour assurer la régulation de l'économie, je la trouve moins dangereuse que le dirigisme corporatif ou professionnel ou que les positions monopolistiques qui en plusieurs branches sont le substitut de ce dirigisme. Or il est fréquent que les patrons déclarent ce dirigisme — ainsi que diverses pratiques restrictives (dont le régime des

prix imposés) — indispensable à la stabilité de l'emploi et à l'amélioration régulière du salaire de leur personnel. L'argument comporte certes une part de rationalisation dans la mesure où ces dispositifs ont d'abord comme mobile de renforcer la capacité de profit de l'entreprise : mais dans un régime fondé sur la recherche de la rentabilité privée, la sécurité des travailleurs sous toutes ses formes dépend de la stabilité du niveau d'activité de la firme.

En admettant que, par une opération relevant du miracle, l'on put envisager de briser la concentration économico-financière (ainsi interdiction à toute firme de réaliser plus de 5% du chiffre d'affaire de la branche) il en résulterait de tels problèmes au niveau de la stabilité économique que les unions de consommateurs du Manifeste seraient contraintes de renoncer à cet article de leur programme bien avant que sa mise en œuvre soit substantiellement avancée.

Il serait facile de multiplier les exemples de difficultés qu'éprouveraient les groupes de consommateurs si, en ayant acquis les moyens, ils décidaient de forcer les entreprises à tenir compte en priorité (santé et pouvoir d'achat) des clients. Ce serait la négation de tous les principes de base de notre système économique. Il suffit de rappeler à cet égard la tendance des firmes à exploiter immédiatement ou le plus vite possible les résultats des perfectionnements techniques sans attendre que toutes les précautions et sauvegardes indispensables à la santé aient été prises. On ne saurait en vouloir aux firmes de chercher à couvrir leurs débours dans les meilleurs délais et de s'opposer, sauf réglementation publique [p. 411] expresse, à tout délai dans l'exploitation des procédés nouveaux (la crainte que le rival fasse une découverte analogue constituant un aiguillon supplémentaire). Quel que soit en définitive le domaine examiné, le mot qui en régime capitaliste caractérise les rapports entre production et consommation n'est pas celui d'harmonie mais bien de contradiction.

En définitive les associations qui acceptent de jouer le jeu du marché capitaliste tel qu'actuellement pratiqué, que ce soit par conviction ou par résignation, trouvent assez rapidement les limites aux réformes susceptibles d'être entreprises dans les impératifs même de ce jeu. Qu'elles s'en réjouissent ou le déplorent (ou plus simplement n'aient pas d'opinion en la matière), elles sont ainsi prisonnières du cercle dans lequel elles se sont initialement enfermées. Telle me paraît être l'inévitable conséquence du choix de la formule impliquant une défense indifférenciée des consommateurs. Le verdict paraîtra peut-être sévère. Je ne crois pas qu'il pêche par inclination idéologique ou partialité.

*

* *

Les groupements de consommateurs ne sont pas les seuls à supporter le poids de l'élément dominant du régime capitaliste. Les coopératives de consommation elles-mêmes ne peuvent manquer de tenir compte des changements dans les modes de fonctionnement de celui-ci. Le point est amplement illustré aujourd'hui par la survenance de ce que l'on nomme la révolution commerciale. La coopération fait de son mieux pour suivre le progrès technique, retenir ce qui est valable et rejeter ce qui ne l'est pas dans ces formules. Elle est obligée par ce progrès même de réviser ses méthodes, de s'adapter au monde nouveau et, sur divers points sans doute, de modifier ses structures.

Nous avons déjà rencontré plusieurs des problèmes que doit affronter le secteur coopératif pour faire face à l'offensive capitaliste qui prend aujourd'hui une ampleur nouvelle : regroupement des petites coopératives ; transformation des boutiques ordinaires en magasins libre-service ; construction de super-marchés. Sans doute la coopération échappe-t-elle à l'impitoyable loi du profit mais le souci de maintenir et de développer l'effectif de ses membres lui impose de ne pas se laisser distancer par la distribution ordinaire. Or cette dernière met en œuvre des programmes qui sont bien éloignés de toujours correspondre à l'intérêt des acheteurs.

Fortes de leurs traditions, les coopératives s'efforcent de ne pas verser dans les excès actuels (recherche du bénéfice immédiat, de l'« investis-[p. 412] sement à tout prix » et « n'importe comment ») mais les nécessités de la concurrence ne facilitent pas toujours l'exercice de cette sélection. Il serait souhaitable que les coopératives dont la politique d'investissement ne saurait dépendre des mêmes critères que ceux du secteur capitaliste bénéficient pour la réalisation de ce programme d'un large concours du Trésor Public. Ainsi le mouvement coopératif serait-il en mesure de constituer à tous égards le secteur témoin dont la nécessité n'a jamais été aussi grande qu'aujourd'hui.

*
* *

Ramenés à leur fondement essentiel ces doutes sur l'aptitude des groupes de consommateurs à modifier profondément les règles du jeu capitaliste expriment en réalité des réserves, dont je n'ai pas dissimulé la gravité, sur la perfectibilité du système économique tout entier. Le point est de savoir si l'on peut envisager et surtout faire fonctionner une économie dont le moteur serait le profit et la finalité la satisfaction des besoins humains.

L'expérience que nous avons du capitalisme, sous ses diverses formes et à ses différentes étapes, n'autorise pas à répondre par l'affirmative. Le système fonctionne certes mais en subordonnant étroitement aux impulsions de l'argent les éléments d'existence et les facteurs d'épanouissement de l'homme. Au lieu de

constituer la finalité de l'activité économique, les besoins représentent un moyen ou levier d'enrichissement pour les détenteurs de capitaux. Et il semble bien que toute tentative pour modifier substantiellement le sens de cette relation aboutirait pratiquement à mettre le régime dans de très sérieuses difficultés.

Il est possible que ce raisonnement soit qualifié de dogmatique au sens où il ne tient pas suffisamment compte de la portée des évolutions de longue période et de la force des solutions de compromis. Inconcevable au niveau du raisonnement théorique, la conjonction d'une économie de profit et d'une économie de besoins s'accomplirait quotidiennement dans les faits. Ainsi raisonnent tous ceux qui désormais insistent sur l'humanisation du capitalisme ou, ce qui revient au même, sur la capacité de ce régime d'améliorer le sort de l'homme, tant sur le plan économique que culturel, sans rien perdre de son dynamisme et de son élan créateur.

Dans cette perspective, le rôle des groupes de consommateurs serait précisément de freiner les excès du profit livré à son seul penchant. En somme, l'harmonisation interviendrait du seul fait que, face aux produc-[p. 413] teurs ; mus par le souci de maximiser le profit, se dresseraient d'autres groupes animés par des mobiles de plus haute portée sociale.

Ce mode de raisonnement n'est pas sans valeur. La discussion abstraite a le mérite, qui est immense, d'éclairer les oppositions que la vie pratique tend à dissimuler ou conduit à oublier ; elle a par contre le tort de ne pas prêter assez d'attention aux accommodements quotidiens qui rendent ces tensions supportables. Au surplus, dans la mesure où des réformes radicales ne sont pas possibles, il est opportun et il n'est jamais inutile de faire leur part à de tels aménagements sous réserve toutefois qu'ils ne constituent pas autant de blocages de l'évolution.

Cependant le propre des solutions dites moyennes demeure qu'en réalité elles ne sont jamais telles : d'une manière ou d'une autre elles penchent en faveur de l'une des parties en présence. Il n'est pas difficile de voir que dans nos régimes les compromis se font en définitive au bénéfice des couches aisées qui, bien mieux que les autres, ont l'aptitude à tirer l'avantage maximal du progrès technique. Comme signe de ce déséquilibre, je mentionnerai pour l'instant un seul phénomène mais qui a lui seul vaut une démonstration : la tendance des sociétés les plus riches à laisser à la traîne de vastes cohortes de déshérités ou de non-privilegiés. Le maintien de la pauvreté dans les pays riches est l'irrécusable témoignage que dans le compromis entre l'esprit de lucre et le souci de l'humain c'est le premier qui l'emporte et semble destiné, sauf mutation dans les mobiles, à toujours l'emporter.

En définitive, les perspectives d'action ouvertes aux groupements de consommateurs qui agissent dans le cadre du système capitaliste ne paraissent pas susceptibles de modifier substantiellement la position des consommateurs vis-à-vis du secteur production-distribution. Il nous reste à voir si, et sous quelles conditions,

il est possible d'obtenir une amélioration profonde de la situation en modifiant les structures ordinaires de la vie économique et sociale. Toutefois, avant d'en arriver là, il me paraît souhaitable d'exposer les conséquences actuelles et prévisibles de l'établissement du Marché Commun sur les consommateurs des six pays.

[p. 414 à 419 notes de fin converties en notes de bas de page, p. 420, sans texte.]

[p.421]

TITRE IV *

L'Europe des consommateurs

[Retour à la table des matières](#)

ON PARLE volontiers depuis déjà plusieurs années de l'« Europe des affaires », le pronostic étant que la réalisation de cette Europe s'effectue à un rythme satisfaisant et même rapide. Les accords de janvier 1962 et de décembre 1963 ont par ailleurs jeté les premières bases d'une Europe agricole. Encore que l'exclusion de la Confédération Générale du Travail et de la Confederazione Generale Italiana del Lavoro lui ôte de son poids, une Europe des syndicalistes est en train de se constituer. Il est bien plus rare, par contre, sauf au niveau des platitudes d'inspiration publicitaire sur le client roi que l'on invoque l'Europe des consommateurs. Pourtant, à l'époque récente, la notion a conquis une certaine légitimité.

Le sort des consommateurs dans le Marché Commun peut être analysé dans une double perspective. En premier lieu, l'esquisse d'un bilan de ce qu'ont apporté et peuvent valoir par la suite à ceux-ci la réalisation de l'union douanière et la conduite de la politique économique commune. Mais aussi en second lieu, la participation prise par les groupements de consommateurs dans l'élaboration des décisions qui, directement ou indirectement, sont susceptibles d'affecter le bien-être de leurs membres. Cette seconde question entre directement dans le cadre du présent ouvrage. Cependant la première a également une grande importance dans la mesure où elle conduit à poser le problème du facteur « consommation » clans la détermination des attitudes à l'égard des phénomènes d'intégration.

Il faut noter tout de suite que désormais les représentants des consommateurs entendent porter leurs points de vue et revendications à la connaissance des

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

dirigeants européens¹. L'un des principaux objectifs de ce [p. 422] titre est d'exposer les démarches ayant permis l'accomplissement de telles interventions dont, voici seulement quelques années, l'éventualité paraissait bien incertaine.

Actuellement l'œuvre d'unification politique qui implique inévitablement la mise en œuvre de préférences communautaires dans l'ordre économique, se trouve menacée ou bloquée par divers périls dont le premier et le plus grave est la persistance des sentiments nationalistes au sein des six pays. En apparence le gouvernement français porte la responsabilité de cette situation par son refus d'adopter un point de vue « supra-national » qu'affichent au contraire, non d'ailleurs sans ostentation, divers partenaires de la France. On ne voit pas assez que les réticences gaullistes permettent à divers gouvernements (et notamment à celui de l'Italie) de faire sans grand risque de généreuses professions de foi en faveur de la supranationalité dont on peut penser qu'elles deviendraient moins chaleureuses si, tout d'un coup, les intéressés étaient priés de passer des paroles aux actes. Autre facteur défavorable aux efforts ou essais d'union : l'intervention des forces extérieures qui trouvent des défenseurs et même à quelques égards des porte-parole dans la communauté elle-même.

L'opposition étrangère à l'intégration se cristallise aujourd'hui sur la fixation du tarif extérieur commun dont chacun sait, et tout spécialement la Commission de la C.E.E., qu'il représente l'une des conditions essentielles et, probablement, la condition nécessaire d'un développement de la politique communautaire. Nous avons vu que le document dit Manifeste de Bruxelles a choisi d'ignorer un tel impératif en adoptant des positions libre-échangistes dont la mise en œuvre signifierait une rapide dissolution du Marché Commun. Le Comité de Contact n'a jamais effectué de telles déclarations dont il serait au surplus douteux qu'elles reçoivent l'appui unanime de tous ses membres. Cependant, en pratique, il a parfois présenté des vues notamment dans l'ordre agricole qui se rapprochent des préférences manifestées par le Bureau International des Unions de Consommateurs.

En politique, il est préférable de savoir ce que l'on veut. L'option peut être en faveur d'un libre échange mondial ou plus exactement d'une consolidation de la position américaine dans la zone capitaliste (formule dite de la « communauté atlantique »). Un autre choix est celui d'une communauté politique européenne capable de déterminer elle-même son destin sur tous les plans. Mais, sauf au niveau des déclarations platoniques, il n'est pas possible de vouloir et moins encore de réaliser l'un et l'autre de ces buts. Objectivement la préférence pour [p. 423] le libre échange mondial n'est pas compatible avec le souci de favoriser l'unification politique des Six.

¹ Pour une première analyse de ces dirigeants, voir : MEYNAUD (J.), SIDJANSKI (D.), « Présentation des dirigeants européens », *Il Politico*, décembre 1963, pp. 722-758.

Est-il besoin d'écrire que le souci de conserver le tarif extérieur commun dont on connaît désormais la grande modération (son poids étant plus léger que celui du tarif britannique et surtout du tarif américain), n'implique nullement la volonté de faire de la Communauté un espace autarcique. Il s'agit seulement d'admettre que les Européens sont fondés à appliquer pour leur propre compte les méthodes qui ont si parfaitement réussi pour les États-Unis et font d'ailleurs de ce pays, quand on établit le rapport entre le montant des importations et le total du revenu national, une unité beaucoup plus fermée que l'Europe privée de matières premières pourra jamais l'être.

L'action des consommateurs organisés pourrait être un élément important de la construction européenne. Ce n'est pas, nous le verrons mieux par la suite, toute l'Europe.

[p. 424]

CHAPITRE XIII

L'ORGANISATION DES CONSOMMATEURS DANS LE MARCHÉ COMMUN

[Retour à la table des matières](#)

ELLE S'EXPRIME désormais, au plus haut niveau, par le Comité de Contact des Consommateurs de la Communauté Européenne qui rassemble les organisations syndicales, les coopératives de consommation, les unions de consommateurs et les groupements familiaux. Avant d'exposer la structure et le mode de fonctionnement du Comité, je voudrais examiner brièvement les circonstances ayant conduit à sa formation.

Encore que tout essai de fixer avec précision l'origine d'un mouvement quelconque comporte une part d'arbitraire, on peut dire avec quelque véracité que la naissance du Comité remonte en fait aux journées d'études tenues les 12 et 13 juin 1961 à Bruxelles dans les locaux de la C.E.E.¹ Pour la première fois en effet, se trouvaient réunis au niveau européen des représentants des divers groupes ou milieux directement intéressés par les problèmes de la consommation. Certes, grâce à l'action de quelques organismes, et en particulier des coopératives de consommation, les points de vue de ce secteur avaient déjà été portés à l'attention des autorités de Bruxelles. Cependant, la composition même de l'auditoire réuni en cette occasion donnait à l'observateur le sentiment d'une grande dispersion des efforts. Il était manifeste qu'une telle situation ne pouvait que desservir la cause des consommateurs dont la fragmentation contrastait au plus haut point avec l'organisation professionnelle solide et cohérente qui caractérisait déjà le secteur production-distribution.

¹ Pour un compte rendu détaillé de ces journées, voir le numéro spécial du *Bulletin d'Information* de l'Union Fédérale de la Consommation, juin-juillet 1961.

Ce point devait être mis en évidence dès le début de la réunion par M. Sicco Mansholt. Celui-ci parlant au nom de la Commission exprima [p. 425] le souhait et le souci que celle-ci soit bientôt en mesure de connaître la position des consommateurs vis-à-vis des problèmes susceptibles d'engager leur destin (et notamment ceux de la politique agricole commune alors en pleine phase d'élaboration). Toutefois, M. Mansholt remarqua qu'une telle participation était rendue difficile, sinon même impossible, par l'inorganisation des intérêts de la grande masse des consommateurs européens. En conséquence, il émit le vœu que les délégués des groupes réunis à l'occasion de ces journées d'études parviennent à constituer rapidement un comité représentatif de ces intérêts qui puisse de la sorte intervenir avec efficacité, à l'instar des producteurs et commerçants, auprès des organes consultatifs de la Communauté.

En dépit de quelques réticences de départ, pratiquement inévitables, cet appel devait être entendu, les négociations souvent délicates mais finalement constructives entre les délégués des divers groupes aboutissant le 2 avril 1962 à la fondation du Comité de Contact. L'entreprise semblait au départ assez modeste dans la mesure où sans provoquer une unification des politiques et moins encore des structures des divers organismes en cause, elle visait seulement à instituer un centre de confrontation et de discussion. Cette modestie se justifiait sans doute par la dispersion et à plusieurs égards la confusion qui caractérisaient et marquent encore l'action des groupes de consommateurs dans chacun des six pays membres. Cependant, l'étape des méfiances réciproques ayant pu être franchie, il semble que le Comité, sans que sa structure initiale ait été modifiée, évolue aujourd'hui vers des formules d'intervention unitaire qui sont seules capables de consolider la capacité d'influence des consommateurs auprès des dirigeants européens.

[p. 426]

I. COMPOSITION DU COMITÉ DE CONTACT

[Retour à la table des matières](#)

Le Comité rassemble, selon une formule d'inspiration confédérale, des représentants des divers groupes attachés à la protection des consommateurs. Nous allons ainsi retrouver au niveau européen les principaux des secteurs déjà analysés dans le deuxième titre de cet ouvrage.

1. Coopératives de consommation.

Pour ce qui les concerne, les coopératives avaient devancé ce mouvement d'unification en fondant, dès le 11 juillet 1957 une Communauté des organisations

nationales des coopératives de consommation du Marché commun dont voici la liste des organisations membres :

- Belgique : Société Générale Coopérative
Fédération Nationale des Coopératives Chrétiennes
Fédérale de Belgique
Économie Populaire de Ciney
- France : Fédération Nationale des Coopératives de Consommation
Société Générale des Coopératives de Consommation
- Italie: Lega Nazionale delle cooperative
Confederazione cooperativa italiana
- Pays-Bas : Nederlandse Verbruikscoöperaties
- République Fédérale d'Allemagne :
Zentralverband Deutscher Konsumgenossenschaften
Grosseinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften.

Voici selon une statistique émanant de la Communauté coopérative elle-même quelques indications sur la force de cet ensemble (au 31 décembre 1959) :

Nombre d'associations membres des organisations nationales.....	7 424
Nombre des adhérents.....	10 277 019
Total des consommateurs représentés (par application d'un coefficient exprimant le nombre moyen de personnes par ménage).....	31 385 323
Nombre des points de vente et exploitations industrielles.....	37 869
Effectif du personnel utilisé.....	173 388

[p. 427] La Communauté a formé deux organismes de travail : un secrétariat permanent ayant en particulier pour mission de réunir et de communiquer aux membres la documentation relative aux problèmes économiques et sociaux posés par l'application du Traité de Rome, tant sous l'angle général de la consommation que du point de vue de l'activité des coopératives ; un comité politique chargé d'examiner les conséquences résultant de l'application du Traité tant pour les consommateurs que pour les organisations ainsi que de déterminer les mesures à prendre pour assumer la sauvegarde optimale de ces intérêts. Ayant ainsi réalisé son unité, le secteur coopératif obtint d'être représenté au Comité Économique et Social

et ainsi d'avoir la faculté d'exprimer ses positions au fur et à mesure de la mise en application du dispositif communautaire ¹.

J'ai déjà souligné la tendance des coopératives de consommation à se considérer comme les représentants par excellence des consommateurs et à témoigner de méfiance vis-à-vis des autres formes de groupement de ceux-ci — le principal argument invoqué étant la stabilité du secteur coopératif face au caractère souvent éphémère des seconds. Au niveau du Marché Commun, cette propension a été renforcée par le fait que durant une assez longue période le secteur coopératif a pratiquement : été le seul à émettre des avis tenant compte des intérêts des consommateurs (ainsi celui remis à la Commission en juillet 1961 sur la politique agricole commune). Cependant, tout en les consultant sur un certain nombre de points intéressant la consommation, les autorités de Bruxelles n'ont pas admis que les coopératives aient vocation à représenter l'ensemble des consommateurs. La Communauté des coopératives a déploré cette attitude qui, selon elle, aboutissait à écarter de la préparation des décisions communautaires la seule force alors susceptible de défendre les consommateurs des six pays.

Dans ces conditions la première réaction des coopératives à l'égard d'un regroupement général des consommateurs qui s'effectue en dehors de leur mouvance ne pouvait qu'être empreinte de réticence. Et de fait, bien que présent aux journées d'études de juin 1961, le secteur coopératif ne prit pas part à la réunion préparatoire du 13 décembre qui avait pour objet de contribuer à la réalisation de ce rassemblement. Cependant dès la réunion du 15 février 1962 les coopératives donnaient un accord de principe à l'entreprise. Depuis lors, elles participent, sur un pied d'égalité avec les autres forces, aux travaux du Comité de Contact. Signalons enfin la fondation le 27 mars 1962 d'une Union européenne des centrales de production et de gros des sociétés coopératives [p. 428] de consommation. L'existence de cette organisation qui rassemble les magasins de gros d'Allemagne, de Belgique, de France et des Pays-Bas, a été déclarée le 5 avril 1962 aux autorités de la C.E.E.

2. Organisations syndicales.

[Retour à la table des matières](#)

Il existe au niveau des six pays une double structure de rassemblement syndical dont les éléments sont :

¹ Pour l'exposé de l'activité déployée au cours de cette période voir le n° 31 (novembre 1961) des *Études et Documents* de la Société Générale Coopérative : « Les associations de consommateurs et leurs entreprises au sein du Marché Commun ».

— L'Organisation européenne de la Confédération Internationale des Syndicats Libres qui, créée en 1958, rassemble les sept organisations nationales suivantes : Deutscher Gewerkschaftsbund ; Nederlands Verbond van Vakverenigingen ; Confédération Générale du Travail Force-Ouvrière ; Fédération Générale du Travail de Belgique ; Confederazione Italiana Sindacati Lavoratori ; Unione Italiana del Lavoro ; Letzeburger Arbechter Verband. Ces organismes représentent selon la source dont émane l'évaluation un chiffre compris entre 10 à 12 millions d'adhérents.

— L'Organisation européenne de la Confédération Internationale des Syndicats Chrétiens formellement constituée le 16 avril 1959. Au titre des six pays, elle rassemble les six organisations suivantes : Christliche Gewerkschaftsbewegung Deutschlands ; Confédération (belge) des Syndicats Chrétiens ; Confédération Française des Travailleurs Chrétiens ; Letzeburger Chröschtlecher Gewerkschaftsbond ; Nederlandse Katholieke Arbeidersbeweging ; Christelijk Nationaal Vakverbond in Nederland. Selon les dernières estimations disponibles l'effectif total de ces organismes serait de l'ordre de 2 500 000.

La détermination de la participation syndicale au Comité de Contact a suscité divers problèmes les uns relatifs aux modalités mêmes de l'association à cette entreprise, les autres à la signification fondamentale de celle-ci. Sans entrer dans une analyse détaillée, je voudrais esquisser rapidement ces deux séries de difficultés.

La question a tout d'abord été soulevée de savoir si, selon leur souhait, la C.I.S.L. et la C.I.S.C. entreraient au Comité comme des partenaires distincts ou en tant que membres d'un groupe syndical ayant éventuellement deux sous-groupes, Finalement l'on a admis la formule : « Quatre groupes et cinq organisations », le groupe syndical étant le seul à être représenté par deux organisations. Une seconde question devait être posée par la suite dans l'ordre de la représentation syndicale par la demande d'adhésion de la Confédération Internationale des Cadres ¹. Dans sa réunion du 2 avril 1962, le Comité, adoptant la thèse des syn-[p. 429] dicalistes, a décidé de laisser à chaque groupe le soin de juger des demandes d'admission d'une organisation qui, par sa nature, se rattache au groupe en question. Sur cette base les deux groupes syndicaux ont repoussé la demande de la Confédération Internationale des Cadres, celle-ci n'étant pas reconnue au même titre qu'eux dans le Marché Commun.

Mais la véritable difficulté portait sur le sens même de l'activité du futur Comité. Au départ les syndicats ont témoigné d'assez nettes réticences vis-à-vis de la formule de regroupement suggérée par la Commission de la C.E.E. Assez favorables à l'établissement de consultations entre les quatre groupes et même à la réalisation

¹ Selon *l'Annuaire des Organisations Internationales*, 8^e édition, la Confédération fondée en 1950 rassemble les organisations nationales de cadres dans la plupart des pays de la Communauté.

d'un minimum de liaison permanente, les centrales syndicales étaient beaucoup plus réservées sur le principe d'interventions communes. De toute manière les centrales avant de s'engager voulaient identifier leurs partenaires, connaître les organisations nationales membres des autres groupes en présence et vérifier leur degré de représentativité des intérêts des consommateurs. Ayant au départ des doutes sur la qualité de cette représentativité, les syndicats européens proposèrent, sans que cette suggestion fût finalement adoptée, d'introduire dans le comité, en dehors des délégués des groupes, un certain nombre de représentants nationaux pris dans chacun des six pays membres.

En somme, les deux centrales se tenaient pour capables de traiter elles-mêmes avec les services de la Communauté des questions intéressant les consommateurs sans avoir la certitude que les autres groupes, en particulier celui des unions de consommateurs seraient susceptibles, vu la faiblesse générale des organismes considérés, d'ajouter des éléments significatifs et utiles à cette défense. Dès lors, tout en acceptant finalement de participer à un Comité, les syndicats exprimèrent l'idée que, tant que le problème de la représentativité des autres groupes n'aurait pas été éclairci, la réalisation de démarches communes ne pourrait entrer en ligne de compte parmi les initiatives possibles. Nous retrouverons l'influence directe de ces réserves dans la limitation des tâches confiées au Comité.

3. Union de consommateurs.

[Retour à la table des matières](#)

Au point de départ, la situation de ce groupe était assez confuse. Cependant un premier élément de clarification allait intervenir avec la signature en date du 20 septembre 1961 d'un protocole d'accord créant entre les groupes qui avaient participé aux journées d'études de juin [p. 430] 1961 une association de fait dénommée Bureau Européen provisoire des unions de consommateurs. L'objectif de cette association était, tout en maintenant les contacts utiles avec les services de la C.E.E. et les trois autres groupes, de jeter les bases d'une organisation définitive. Cette dernière mission devrait trouver son accomplissement dans la fondation à Bruxelles, le 6 mars 1962, d'un Bureau Européen des Unions de Consommateurs. Constitué sous la forme d'une association internationale sans but lucratif, régie par la loi belge, le Bureau se compose des neuf organismes suivants (qui, à l'exception du dernier, ont déjà été tous analysés dans cet ouvrage).

- Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände ;
- Association des Consommateurs de Belgique ;
- Nederlandse Consumentenbond ;
- Nederlandse Huishoudraad ;
- Organisation Générale des Consommateurs ;
- Union Fédérale de la Consommation ;

- Unione Nazionale Consumatori ;
- Union Féminine pour l'Information et la Défense des Consommateurs ;
- Union Luxembourgeoise des Consommateurs.

L'art. III des statuts du Bureau fixe des conditions assez strictes à l'admission des membres : ne pas être agrégé ou susceptible de l'être à l'un des autres groupes qui composent le Comité ; avoir statutairement pour unique objet une action dans le domaine de la défense, l'information ou l'éducation des consommateurs ; être un organisme dont l'autorité émane réellement des consommateurs ; avoir une existence réelle justifiée par des réalisations de caractère commun ; justifier que les ressources de l'association ne proviennent pas de contributions émanant des autres fonctions du marché ; ne pas permettre l'exploitation commerciale des travaux et refuser toute publicité ou collaboration qui pourrait affecter l'impartialité de l'association. Notons que ces exigences ont conduit à écarter du Bureau les organismes de certification de la qualité (ainsi Qualité-France et Qualité Belgique) qui avaient participé aux journées d'études de juin 1961 dans la catégorie des unions de consommateurs.

Le Bureau est géré par un conseil de 12 membres choisis à raison de deux représentants pour chacun des six pays membres de la Communauté. Bien que plusieurs des membres du Bureau européen soient également membres du Bureau International créé à La Haye en 1960, il a été précisé dès le départ que les deux organismes sont totalement indépendants [p. 431] l'un vis-à-vis de l'autre. Toutefois, lors de sa séance du 26 septembre 1963, le Bureau Européen a décidé de nouer des relations suivies avec le Bureau International (un représentant du premier participant aux réunions du Clearing House Committee et du Conseil du second).

Le Bureau Européen des Unions de Consommateurs s'est fixé quatre objectifs : représenter ses membres auprès de la Communauté Économique Européenne et de tous autres organismes compétents ; les représenter dans le Comité de Contact des Consommateurs de la C.E.E. ; réunir la documentation utile et mener à bien les études conformes à son objet ; favoriser les initiatives prises par les associations membres à l'intérieur de leurs pays respectifs. Mentionnons en particulier la décision prise lors d'une réunion de l'Assemblée Générale tenue à Bruxelles les 16 et 17 novembre 1962 de procéder à la réalisation en commun d'essais comparatifs portant sur des produits largement offerts aux consommateurs de la Communauté Européenne. L'accomplissement de ces « Euro-Tests » soulève d'ailleurs des problèmes techniques difficiles (dont l'un est l'incidence sur la classification des produits des différences dans les prix pratiqués au sein des divers pays du marché commun)¹.

¹ L'étude technique de ces problèmes est du ressort d'un Comité des essais comparatifs européens qui a déjà tenu plusieurs réunions à cet effet en 1963 (21 janvier, 18 mars, 13 mai...). En ce qui

4. Groupements familiaux.

[Retour à la table des matières](#)

J'ai déjà souligné à plusieurs reprises l'intérêt croissant porté aux problèmes de la consommation par les organisations familiales et féminines. Vu l'importance du phénomène pour les familles consommatrices, cet intérêt ne pouvait manquer de se manifester à l'égard du Marché Commun.

Il existe sur le plan international une Union Internationale des Organismes Familiaux qui, fondée à Paris en juin 1947 comprend trois séries de membres : des membres actifs (groupements et organisations ayant pour activité principale l'amélioration des conditions de vie de la famille) ; des membres associés (organismes publics ou privés dont les activités concourent au bien-être de la famille) ; des membres gouvernementaux (ministères). L'Union attache une grande importance à la défense du pouvoir d'achat familial.

Lors de sa réunion de Vienne en septembre 1959, le Conseil général de l'Union a institué un Comité d'Action Européenne dont la compétence couvre l'ensemble des problèmes familiaux qui se posent au plan de la communauté européenne. Par ailleurs, en vue d'établir des contacts aussi étroits que possible avec la C.E.E., le Comité de Direction de l'Union a fondé à Bruxelles un Secrétariat Européen. Enfin, dans le but d'étudier [p. 432] les problèmes précis qui naissent de la collaboration avec les institutions européennes, le Comité d'Action Européenne a créé 4 groupes de travail : sécurité sociale, consommation, budgets familiaux, parents d'élèves.

Constitué au début de 1962, le groupe de travail de la consommation rassemble les organisations familiales et féminines des six pays affiliées à l'Union Internationale qui témoignent d'un intérêt réel pour les problèmes de la consommation et exercent des activités en ce domaine. La liste actuelle des membres est la suivante :

- Belgique : Boerinnenbond ; Bond van Grate en van Jonge Gezinnen ; Femmes Prévoyantes Socialistes ; Katholieke Arbeiders Vrouwen ; Ligue des Familles Nombreuses et des jeunes Foyers ; Ligues Ouvrières Féminines Chrétiennes ; Solidarité Familiale.
- France : Associations Familiales Protestantes ; Confédération Nationale de la Famille Rurale ; Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques ; Confédération Nationale des Associations Populaires Familiales ; Confédération Syndicale des Familles ; Fédération des Familles

concerne les principes de base, la décision a été prise de s'en tenir aux exigences déjà spécifiées par le Bureau International. Le premier essai devrait être publié en 1964.

de France ; La Famille du Cheminot ; Union Féminine Civique et Sociale ; Union Nationale des Associations Familiales.

- Italie : Associazioni Cristiana Lavoratori Italiani ; Centro Italiano Fémminile Fronte della Famiglia.
- Luxembourg Action Familiale et Populaire.
- Pays-Bas : Nationale Contactcommissie vooz Gezinsbelangen.
- République Fédérale d'Allemagne : Arbeitsgemeinschaft : der Deutschen Familien verbande ; Deutscher Familienverband E.V.

Cette structure comporte un petit nombre de chevauchements avec celle des unions de consommateurs. Ainsi pour la France l'Union Féminine Civique et Sociale est membre de l'Union Fédérale de la Consommation qui fait partie du Bureau Européen des Unions de Consommateurs. Au titre de la Belgique, les Femmes Prévoyantes Socialistes constituent l'un des deux éléments fondateurs de l'Union Féminine pour l'Information et la Défense des Consommateurs elle-même membre du Bureau Européen. Cependant, en dépit de ces quelques cas qui s'expliquent par des raisons historiques, le groupe de travail consommation du Comité d'Action Européenne représente véritablement un secteur original de la défense des consommateurs : le point de vue des familles pour lesquelles l'emploi des ressources disponibles pose des questions de la plus haute importance. Il est très heureux qu'un intérêt de ce type ait pu trouver une voie d'accès qui lui soit propre au Comité de Contact.

[p. 433] Depuis sa création, le groupe a tenu plusieurs réunions, la dernière en date ayant eu lieu à La Haye en octobre 1963 (l'un des thèmes de cette session étant les possibilités d'appréciation de la qualité des produits par les consommateurs). Au cours de ces journées, les dirigeants responsables du groupe se sont surtout préoccupés d'informer les membres quant aux problèmes soulevés par l'intégration européenne pour les familles consommatrices ¹.

¹ En liaison avec un problème évoqué au chapitre VII, je mentionnerai la création récente (14 décembre 1962) au sein de l'Union Internationale des Organismes Familiaux d'une Commission Européenne de Contact des Fédérations de Parents d'Élèves qui se propose d'assurer une liaison permanente entre les Fédérations au plan européen en faisant abstraction de tous les problèmes qui peuvent se poser au niveau national. Parmi les thèmes déjà étudiés à ce titre figurent : les échanges d'élèves ; les bourses le développement des associations de parents ; l'information des parents ; les relations avec les mouvements familiaux. Huit pays participent actuellement aux travaux de la Commission : Allemagne Fédérale, Belgique, France, Grande-Bretagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas et Suède.

5. Structure du Comité de Contact.

[Retour à la table des matières](#)

Selon la formule déjà mentionnée (« quatre groupes et cinq organisations »), le Comité qui n'a pas de personnalité juridique propre est ainsi composé :

- Communauté des Organisations Nationales des Coopératives de Consommation du Marché Commun ;
- Organisation Européenne de la Confédération Internationale des Syndicats Libres ;
- Organisation Européenne de la Confédération Internationale des Syndicats Chrétiens ;
- Bureau Européen des Unions de Consommateurs
- Comité d'Action Européenne de l'Union Internationale des Organismes Familiaux.

Chacune des cinq organisations est représentée au Comité par deux délégués effectifs et deux délégués suppléants. Le secrétariat du Comité est actuellement tenu de façon bénévole par l'Organisation européenne de la C.I.S.L. En principe cette direction doit être assurée à tour de rôle par chacune des organisations membres : il est toutefois possible que l'accroissement des activités du Comité conduise à le doter d'un secrétariat propre.

L'avantage du Comité, dans sa constitution actuelle, est de rassembler, en vue de renforcer les efforts de chaque catégorie, les principaux groupements et milieux qui se préoccupent aujourd'hui de défendre les intérêts des consommateurs. Par plusieurs de ses membres, cet organisme est représentatif de larges secteurs des couches populaires. Cependant, il n'est pas possible de totaliser les éléments par suite des doubles emplois d'une catégorie à l'autre (ainsi confusion sur la même tête de la qualité de syndicaliste et de coopérateur). Cette base ouvre certainement au Comité la faculté de se présenter auprès des autorités de la C.E.E. comme un interlocuteur valable. Quelle utilisation en fait-il ?

[p. 434]

II. MODES D'INTERVENTION DU COMITÉ

[Retour à la table des matières](#)

Compte tenu des réticences initiales de plusieurs de ses membres, le Comité ne semblait pas destiné à être beaucoup plus qu'un centre de confrontation. Les syndicats souhaitaient même au départ qu'une fois saisi d'un problème par la

Commission, le Comité se borne à émettre un avis que les représentants des organisations membres au sein du Comité Économique et Social auraient été chargés de défendre. Cependant, il fut admis que le Comité pourrait également défendre sa position auprès des autres instances de la Communauté. Encore faut-il noter qu'aucune procédure de vote et, plus généralement, aucun procédé de partage des voix n'ayant été envisagé, le Comité ne peut comme tel se prononcer qu'à l'unanimité. Faute de parvenir à celle-ci, toutes les opinions émises doivent être reprises dans l'avis.

Ces dispositions très restrictives ne semblaient pas donner au Comité beaucoup de chance de jouer un rôle propre. Cependant, comme nous allons le voir, divers facteurs devaient intervenir assez rapidement pour renforcer la cohésion du Comité.

1. Types de démarches.

[Retour à la table des matières](#)

Depuis sa création, l'activité du Comité a principalement revêtu les formes suivantes :

— Fourniture d'un avis par écrit aux services de la Commission de la C.E.E. sur les projets dont il est saisi. Les premières consultations ont porté sur les problèmes des prescriptions sanitaires en agriculture, des produits de conservation pour denrées alimentaires, d'harmonisation des réglementations du cacao et du chocolat. Il semble qu'en ces occasions les règles prévues pour l'élaboration des positions communes aient correctement fonctionné : en tout cas, ce sont des déclarations unanimes qui ont été transmises à la Commission au nom du Comité.

— Présentation de délégués des consommateurs à la Commission pour désignation de ceux-ci dans les comités consultatifs de produits agricoles qui comportent également des délégations des producteurs, des transformateurs, des commerçants et des travailleurs de la branche considérée. Le Comité de Contact est ainsi représenté dans les cinq comités déjà constitués (céréales ; fruits et légumes ; viandes de porc ; volailles [p. 435] et œufs ; vins), le total des mandats obtenus, titulaires et suppléants, étant de 16 (7 aux syndicalistes, 3 aux unions de consommateurs, 3 aux coopératives de consommation, 3 aux délégués de groupements familiaux.). Deux autres comités sont en voie de constitution (viande bovine et produits laitiers).

Dès le début des discussions concernant la création de ces comités, le Comité de Contact a réclamé une représentation proportionnelle à l'importance de chacun des secteurs en cause. La Commission a déclaré ne pas pouvoir accéder à cette demande, la structure même des diverses organisations intéressées aux questions agricoles rendant difficile l'application d'une telle méthode de composition des Comités. Cependant, la Commission a souligné sa volonté d'étudier les prises de

position même minoritaires des divers groupes économiques figurant dans les comités, sur un pied de parfaite égalité et sans tenir compte du nombre de représentants attribués à chacun. Il est intéressant de noter que lors des séances d'installation des comités dans lesquels il n'est pas prévu de procédure de vote trois représentants des consommateurs ont été appelés à occuper des vice-présidences.

— Étude de problèmes spécifiques et présentation de propositions à la Commission à l'initiative du Comité. Ce procédé a été utilisé pour la première fois dans l'ordre de la politique agricole commune, un rapport écrit exprimant le point de vue commun des groupes représentés dans le Comité ayant été adressé le 19 novembre 1962 au Président de la Commission. Je reviendrai plus loin sur le contenu de ce texte auquel son destinataire a répondu en date du 31 janvier 1963. En vue de faciliter l'établissement de telles prises de position, le Comité de Contact a déjà créé trois groupes de travail spécialisés dans les domaines suivants : politique agricole ; harmonisation des législations applicables aux denrées alimentaires (en particulier dans l'ordre des additifs) ; problèmes des prix. Par ailleurs la création d'un groupe de travail relatif au contrôle des ententes est envisagée.

— Établissement de relations plus étroites avec la presse et les autres organes d'information afin de faire connaître à de plus larges sections du public intéressé les missions confiées au Comité et la manière dont il s'en acquitte. Quelques uns des membres du Comité se sont également mis en rapports avec la presse de leur pays respectif en vue d'accroître l'audience de celui-ci au niveau de l'opinion de chaque pays.

— Organisation périodique de sessions d'études d'assez large envergure et ouvertes à la publicité en vue d'examiner certains problèmes de manière approfondie et d'élever la prise de conscience des consom-[p. 436] mateurs européens. Après celle déjà mentionnée de juin 1961, le Comité a organisé une deuxième session d'études les 19 et 20 mars 1963 à Bruxelles. Deux grandes questions étaient inscrites à l'ordre du jour : le problème des prix dans le marché commun ; le point de vue des consommateurs européens sur l'harmonisation des réglementations alimentaires et l'étiquetage des produits. Je reviendrai plus loin sur les rapports présentés et les résolutions adoptées en cette occasion ¹.

À l'issue de cette session le Comité de Contact s'est réuni à Düsseldorf le 3 mai 1963 pour en tirer les enseignements et établir un programme d'action pratique. Inquiet des difficultés rencontrées dans la poursuite des travaux relatifs « à la réalisation progressive du Marché commun et à son élargissement éventuel », le Comité a décidé d'appeler l'attention de l'opinion publique sur les périls qu'un échec du Traité de Rome entraînerait pour les consommateurs. Il a de plus décidé d'inscrire par priorité à son programme les questions suivantes : point de vue des

¹ L'Union Fédérale de la Consommation a consacré un numéro de son *Bulletin d'Information* (avril-mai 1963) au compte rendu de cette session d'études (numéro spécial « Europe »).

consommateurs sur la politique agricole commune ; action en vue de hâter l'harmonisation des législations relatives aux produits alimentaires et usuels dans le sens le plus favorable aux consommateurs ; intervention en vue d'obtenir la création d'une commission d'observation des prix dans le marché commun ; examen des pratiques restrictives du jeu de la concurrence et étude des ententes ; problèmes de la normalisation européenne et de la qualité des produits.

De toutes les activités accomplies par le Comité de Contact, il est clair que les plus importantes sont conditionnées par la nature et la valeur de ses relations avec les services de la Commission. Sans doute le Comité peut-il jouer un certain rôle dans l'accélération de la prise de conscience des consommateurs européens. Mais, au stade actuel, le point essentiel reste que l'intérêt des consommateurs bénéficie d'une juste attention dans l'élaboration de la politique communautaire. Il est donc nécessaire d'examiner à cet égard les rapports établis entre la Commission et le Comité de Contact.

2. Rapports avec les organismes communautaires.

[Retour à la table des matières](#)

Dès le début, nous l'avons vu, la Commission a exercé une poussée en vue de faciliter l'établissement d'un front uni des consommateurs dans le Marché commun (son principal argument étant de subordonner la consultation des groupes sur les projets intéressant ou affectant les consommateurs à la réalisation d'un organisme commun et, jusque là, [p. 437] de se borner à informer les groupements intéressés de l'état d'avancement des travaux). Ces suggestions ont été suivies d'effet puisque désormais les consommateurs bénéficient au plan européen d'une organisation plus représentative de leurs intérêts que celles, encore beaucoup trop fragmentées dont ils jouissent au niveau national. Paradoxalement, il a été possible d'obtenir vis-à-vis de la C.E.E. l'unité qui demeure encore à l'état de projet ou n'intervient qu'exceptionnellement vis-à-vis des gouvernements nationaux. Il est hors de doute que la pression discrète de la Commission en vue de traiter avec un interlocuteur unique explique pour une bonne part cette situation dont il apparaît bien qu'elle comporte des avantages pour la cause des consommateurs européens.

Au tout début du fonctionnement du Comité, certaines difficultés ont surgi tenant en particulier à la brièveté du délai consenti à celui-ci pour exprimer ses avis. Aussi bien dès le 2 juillet 1962, une confrontation des points de vue sur les possibilités et les modalités d'une collaboration devait-elle s'instituer entre les représentants du Comité et des représentants des trois Communautés (C.E.E. ; Euratom ; C.E.C.A.). À première vue, l'intervention des deux dernières communautés peut surprendre. Cependant s'il est clair que l'essentiel des rapports des consommateurs avec les institutions communautaires concerne la Commission de la C.E.E., ceux-ci ne sont pas pour autant indifférents à plusieurs aspects de l'activité

des autres organismes. C'est ainsi que pour la C.E.C.A., si le principal problème qui préoccupe les consommateurs est celui des prix à la consommation du charbon d'usage domestique, ceux-ci ne doivent pas négliger l'examen du prix de revient et la marge commerciale.

Voyons maintenant le cas de d'Euratom : ce sont ses chercheurs qui ont la compétence technique pour étudier le problème, dont l'importance est désormais bien connue, de la contamination radio-active dans l'alimentation à travers ce que les techniciens appellent la chaîne alimentaire¹. Les agents de contamination diffèrent selon les habitudes alimentaires (importance du lait et des produits laitiers pour les Hollandais, des céréales et des légumes pour les Italiens du Sud). L'un des plus importants contrats de recherche passés par Euratom dans le domaine de la protection sanitaire porte sur l'étude des différents facteurs qui interviennent dans la contamination de la chaîne alimentaire ainsi que sur l'évaluation de leur importance respective.

On voit dès lors que les consommateurs ont un intérêt direct et immédiat à être informés des travaux de l'Euratom qui s'attache aussi aux problèmes de la contamination de l'air et de l'eau en s'efforçant de [p. 438] coordonner et d'interpréter les résultats des recherches accomplies par les diverses institutions spécialisées des pays de la Communauté.

L'un des points essentiels de la réunion de juillet 1962 (à laquelle étaient représentés les secteurs suivants de la Commission : Agriculture Marché Intérieur ; Rapprochement des législations ; Concurrence Économie et Finances ; Information) fut de mettre les représentants des consommateurs au courant de tous les problèmes sur lesquels ils seraient amenés à donner des avis. Il apparut immédiatement que le Comité n'était pas, du moins au départ, suffisamment équipé pour se prononcer sérieusement sur la totalité de ces problèmes d'une grande variété et d'une particulière complexité. Aussi bien les consommateurs manifestèrent-ils l'intention de faire porter leurs efforts initiaux sur un petit nombre de questions d'une importance particulière.

L'une des revendications des consommateurs vis-à-vis de la C.E.E. est que les liens existant avec la Commission qui sont actuellement dispersés entre différents groupes de travaux techniques soient réorganisés sur une base unitaire au sein d'un petit groupe permanent qui se réunirait à intervalles réguliers en vue de protéger les

¹ La chaîne alimentaire exprime les stades successifs allant de l'émission des éléments radio-actifs jusqu'à leur absorption par l'organisme humain. En voici un exemple simple : renversement sur le sol d'un réservoir contenant un liquide radio-actif ; alimentation d'une touffe d'herbe qui sera mangée par une vache dont le lait sera bu par un homme. Ainsi les éléments vont-ils successivement du sol dans l'herbe, de l'herbe à la vache, de la vache à l'homme par l'intermédiaire du lait de celle-ci. On retrouve ce même processus pour les produits de la mer, l'herbe étant alors remplacée par le plancton et le poisson constituant l'échelon intermédiaire.

intérêts du consommateur dans tous les domaines. Cette formule revient à suggérer que la mise en application du Traité de Rome soit suivie dans tous ses aspects sous l'angle spécifique des intérêts des consommateurs. Elle implique que le Comité de Contact soit en mesure d'élargir progressivement son champ d'analyse jusqu'à embrasser la totalité des problèmes. Il semble aussi que pour bien fonctionner, cette formule exigerait la création au sein de l'appareil administratif de la Communauté d'un service spécial pour les consommateurs qui rassemblerait des représentants de toutes les instances de la Communauté plus ou moins en relation avec les consommateurs. La Commission n'envisageant pas, au moins pour l'avenir immédiat, de créer un tel organe de liaison, il a été suggéré que le Comité se tienne en rapports avec les différentes Directions Générales afin d'en connaître les projets à l'avance et d'être ainsi en mesure d'établir de la manière la plus efficace possible son propre programme de travail.

Faute de mieux, cette suggestion n'est pas négligeable et on doit noter que, durant sa première année de fonctionnement, le Comité a dans l'ensemble entretenu des relations utiles avec les services intéressés de la Commission. Cependant la formule actuelle oblige le Comité à maintenir des contacts avec les secteurs les plus divers de la Communauté ce qui, vu la faiblesse des moyens matériels dont il est doté en propre, soulève des problèmes délicats. On ne doit pas oublier en effet que par [p. 439] opposition aux avis demandés aux professionnels qui s'adressent à une organisation spécialisée et concernent exclusivement cette spécialité, les avis demandés au Comité sont, à l'image de la consommation, de portée très variée.

3. Situation présente du Comité.

[Retour à la table des matières](#)

Il semble qu'au départ la structure assez modeste choisie par ces quatre groupes pour coordonner leurs activités ait déçu les services de la Communauté qui auraient préféré la constitution d'un Comité d'action doté de facultés d'intervention en rapport avec l'importance des intérêts défendus. Cependant, en peu de temps, le système a produit des résultats supérieurs à ceux que l'on en attendait et désormais le Comité constitue pour les autorités de Bruxelles l'interlocuteur valable dont ils souhaitent la présence. C'est là certainement pour le Comité un succès de principe notable.

En dehors de la position même de la Commission, plusieurs facteurs ont contribué à renforcer la position du Comité en tant que tel. En premier lieu la multiplicité des tâches qui lui incombent inévitablement et qui sont appelées à s'accroître rapidement. En second lieu la difficulté où se trouve le secrétariat d'entretenir avec les groupements nationaux de base, par le relais des organisations européennes de ces groupements, une liaison qui concilie les exigences d'une

consultation réelle et celle de l'action. Dès lors se manifeste une tendance, contraire à l'intention initiale des fondateurs, à substituer le contrôle *a posteriori* à l'accord préalable des membres dans le choix des positions communes. Une telle tendance ne pouvant être contrariée qu'au prix d'une baisse de l'efficacité du comité, on peut se demander s'il ne serait pas souhaitable d'instituer au profit du secrétariat une certaine délégation de pouvoir dont celui-ci aurait à rendre compte périodiquement devant les membres. Il n'y a généralement que des avantages à mettre le droit en accord avec les faits.

Le Comité de Contact se réunit en principe quatre fois par an. Cependant, lorsque les circonstances l'exigent (ainsi nécessité d'effectuer rapidement une démarche auprès d'un service de la Communauté) les délégués responsables des secrétariats européens des cinq organisations affiliées se constituent en bureau restreint afin d'examiner le problème et de s'associer dans la mesure du possible à la démarche considérée. [p. 440] En 1963, le Comité a tenu six réunions, une session d'étude de deux jours en mars, deux sessions de contact avec des fonctionnaires de la Commission.

Il semble évident que s'il veut accroître son rendement, le Comité de Contact doit tendre à renforcer l'unité entre ses membres. Ceci implique notamment que les représentants du Comité dans les diverses instances consultatives soient choisis en fonction de leur compétence technique sans référence à des quotients automatiques de partage soit par nation, soit par groupe intéressé. En même temps, pour éviter que le système ne verse dans la technocratie, il est indispensable que la dite représentation agisse en accord avec les directives du Comité et lui rende compte de ses interventions en temps utile.

D'un autre côté, le renforcement à vrai dire inévitable des facultés d'action du Comité exigera un développement de ses moyens administratifs. Il est particulièrement souhaitable qu'il n'en découle pas un processus de bureaucratisation qui réduirait le rôle des organisations membres à un contrôle purement formel. Parmi les procédés susceptibles de contrarier cette tendance, je signalerai : la participation effective des organisations membres à la détermination de l'ordre du jour des séances du comité ; l'envoi à celles-ci par les soins du Secrétariat de notes d'information sur les problèmes soumis à la discussion et ceci avec un délai suffisant pour en permettre l'étude attentive ; la communication rapide des documents transmis par la Communauté ou des demandes présentées par celle-ci. C'est justement dans la mesure où elle connaîtra le succès et obtiendra une influence propre que l'organisation des consommateurs devra se garder, autant que faire se peut, des dangers de la bureaucratie.

L'existence du Comité de Contact ne me semble pas devoir empêcher les divers organismes membres qui représentent chacun des secteurs propres d'entretenir des rapports directs avec les services et personnalités de la Communauté. Dans la mesure où ils s'inspirent finalement de soucis analogues, de tels rapports ne

peuvent être défavorables à la cause des consommateurs. Cependant il me paraît désirable d'envisager que désormais le Comité de Contact assume un rôle croissant dans l'établissement et la conduite de ces relations. Le système ne saurait fonctionner harmonieusement s'il ne repose sur la confiance réciproque des membres. Or cette dernière exige que le Comité soit vraiment en toutes choses l'émanation de ceux qui l'ont fondé et continuent de le faire fonctionner.

*
* *

[p. 441] Quelques mots maintenant de la représentation des consommateurs dans le Comité Économique et Social (institution commune, on le sait, à la C.E.E. et à l'Euratom). Il a 101 membres répartis en trois catégories qui représentent respectivement les employeurs (27 sièges), les travailleurs (33) et les professions mixtes (41). Favorables à une distribution paritaire des sièges du Comité entre patrons et travailleurs, les syndicats reprochent au groupe mixte de comporter plusieurs éléments appartenant au monde patronal ou liés à celui-ci. L'argument ne manque pas de portée mais ce groupe comprend également, en tout petit nombre d'ailleurs, des représentants d'organismes ou de milieux dans lesquels on peut voir des représentants des consommateurs (essentiellement coopératives de consommation et organisations familiales).

Bien que le Comité Économique et Social soit purement consultatif il serait très souhaitable, sans toucher à la représentation des travailleurs d'y renforcer la place tenue par les organismes de consommateurs. Malheureusement le nombre relativement restreint des sièges disponibles et la multiplicité des intérêts de tous ordres qui aspirent à en obtenir rendent certainement difficile l'accomplissement d'une telle opération. Il me paraît cependant indispensable qu'au titre de l'un ou l'autre des divers pays entre dans le Comité Économique et Social un représentant du secteur des unions de consommateurs. De la sorte, chacun des groupes qui constituent le Comité de Contact participerait aux délibérations de cet organisme.

[p. 442]

CHAPITRE XIV

LE CONSOMMATEUR ET L'INTÉGRATION EUROPÉENNE

[Retour à la table des matières](#)

EN DIVERS MILIEUX, on reproche volontiers au Marché Commun de constituer le produit d'une élaboration technocratique dont le principe comme les péripéties échapperaient aux masses populaires appelées à faire les frais ou à recueillir les avantages de l'expérience sans prendre part à sa réalisation. En d'autres milieux, et ce grief n'est pas nécessairement en opposition avec le précédent, on dénonce dans cette entreprise un simple mode de renforcement du régime capitaliste, une manière de sauver celui-ci de l'écroulement qui le menace ou, au moins de retarder sa chute. Peut-être faut-il voir dans l'intérêt porté aux consommateurs par les services de la Communauté une sorte d'effort pour réfuter de telles affirmations. Le fait est, en tout cas, qu'à l'époque récente, les dirigeants européens n'ont pas épargné leur peine en vue de convaincre les consommateurs que l'expérience est déjà bénéfique pour eux et le sera davantage encore par la suite. Dans l'œuvre de propagande qui s'accomplit autour de l'intégration européenne (voir par exemple le périodique *Communauté Européenne*) l'idée du « consommateur-roi » a fait son apparition pour exprimer les perspectives ouvertes aux acheteurs européens par la mise en œuvre du Traité de Rome. De plus en plus, l'argumentation favorable à la politique communautaire met l'accent sur le supplément de bien-être qui doit en résulter pour l'Européen moyen.

À vrai dire, ce discours dont les éléments ne sont pas toujours choisis avec un parfait discernement porte autant sur la formation du revenu que sur les conditions de son utilisation optimale (ainsi amélioration de la qualité des produits et de la variété de l'assortissement par suite de l'abaissement des barrières douanières). Mais qu'il s'agisse du travailleur [p. 443] ou du consommateur, le but de ces démarches est de convaincre les habitants des six pays affiliés que, s'il est susceptible d'apporter la puissance aux États membres, le Marché Commun a

également la capacité d'élever le niveau des satisfactions individuelles de chacun. Quelle est la valeur de cette position ?

I. PORTÉE GÉNÉRALE DU TRAITÉ DE ROME POUR LES CONSOMMATEURS

[Retour à la table des matières](#)

À première vue, cette position semble entièrement conforme au Traité qui, en son art. 2, fait entrer dans la mission de la Communauté « un relèvement accéléré du niveau de vie ». Encore que le texte n'en précise pas les bénéficiaires, il semble légitime de postuler qu'il s'agit et ne peut s'agir que du niveau de vie de toutes les familles ou, plus généralement encore, de tous les consommateurs. Cette précision en tout cas n'est pas superflue si l'on considère qu'à plusieurs époques et en divers pays, l'expansion de la production a profité, en priorité, à une petite couche de privilégiés capables par le jeu même du système économique de dépouiller les travailleurs d'une large fraction de leurs efforts. On peut présumer qu'en se référant au niveau de vie, de manière absolument générale, les rédacteurs et signataires du Traité ont voulu établir la vocation de tous les ressortissants des six pays à obtenir une part des fruits de la croissance économique.

Le point est de connaître la nature des mécanismes auxquels le Traité fait confiance pour réaliser une telle croissance ou si l'on préfère pour garantir cette expansion de la production industrielle et agricole qui constitue sa raison d'être. En simplifiant mais sans le trahir, l'esprit du dispositif, on peut dire qu'il constitue avant tout un pari sur le rétablissement du libre échange pour produire les résultats attendus. Mieux que tout autre principe régulateur, le jeu normal de la concurrence constitue sous cette optique l'élément par excellence d'une prospérité durable. Certes le Traité fait également appel, au moins en certains domaines (ainsi agriculture et transports), à un système de coordination des politiques économiques mais, comme nous le voyons chaque jour davantage, les mesures inscrites à ce titre dans le Traité sont beaucoup plus lâches que les sections traitant de la démobilitation douanière et ne concernent que des domaines limités de la vie économique.

[p. 444] Les partisans de l'économie de marché se réjouissent de cette option qui pourtant, entre plusieurs dangers graves, comporte le risque de laisser l'économie des six pays en proie aux avatars éventuels de la conjoncture internationale. Sans entrer ici dans le détail de la controverse, je voudrais seulement souligner les conséquences essentielles qui, sous l'angle de la défense des consommateurs, résultent du choix ainsi effectué. Il est facile de les exprimer en énonçant que, de même que l'économie dite libérale a totalement ignoré le consommateur (sinon voir

à cet égard les manuels traditionnels d'économie politique), de même le Traité ignore le consommateur en tant que tel ou plus exactement ne dissocie pas sa position de celle du bénéficiaire d'un revenu quelconque. Parmi les quelques dispositions, rares d'ailleurs, qui font exception à cette norme, on peut citer l'art. 39 relatif aux buts de la politique agricole commune (le cinquième des objectifs fixés à celle-ci étant « d'assurer des prix raisonnables dans les livraisons aux consommateurs »).

La composition du Comité Économique et Social est particulièrement significative de cette tendance. Aux termes de l'art. 193, celui-ci doit représenter « les différentes catégories de la vie économique et sociale » mais le traité explicite immédiatement cette formule un peu sibylline en précisant qu'il s'agit « notamment des producteurs, des agriculteurs, des travailleurs, des négociants et artisans, des professions libérales et de l'intérêt général ». Le dernier terme de l'énumération pose un problème. En principe, seuls les pouvoirs publics ont compétence pour définir de manière nécessairement conventionnelle le contenu de l'intérêt général et l'on voit mal comment l'on pourrait, en dehors d'eux trouver des représentants qualifiés d'un tel intérêt. Il semble cependant que la notion d'intérêt général concerne ici, en vertu d'une conception politiquement et intellectuellement contestable, les activités de type désintéressé ou, mieux peut-être, celles non vouées à la recherche directe d'un revenu monétaire. Admettons que par le biais de cette interprétation l'on introduise dans le Comité (comme on l'a déjà fait à une toute petite échelle) des représentants des consommateurs et des familles. À moins d'élargir considérablement le nombre de ceux-ci, cette adjonction n'aurait, quoique désirable, qu'une portée accessoire sur la nature essentiellement professionnelle de l'organisme.

Dans ces conditions, si le niveau de vie de l'homme doit s'élever, c'est, avant tout par l'augmentation de la valeur réelle de son revenu ou, plus concrètement, par l'accroissement de ce qui lui reste après tous les prélèvements, dont une bonne partie de type parasitaire, ef-[p. 445] fectués par le secteur production-distribution. Autrement dit, c'est toujours l'action au niveau de la formation du revenu qui constitue le moyen essentiel d'amélioration de la condition du consommateur. Encore faut-il observer que le Traité, pris au piège de son libéralisme, ne donne à la politique sociale proprement dite qu'une place secondaire (le fameux principe de l'égalité des rémunérations masculines et féminines qu'affirme l'art. 119 correspondant beaucoup plus chez ses promoteurs, en particulier le patronat français, au souci d'égaliser la concurrence économique qu'à une volonté de promouvoir la justice sociale).

En somme le Traité de Rome consacre l'idée, ou plus exactement lui donne un nouveau lustre, que le recours aux mécanismes de la concurrence constitue en moyenne, sous réserve de corriger les facteurs qui y font obstacle (voir en particulier les articles 85 et 86 respectivement consacrés à la réglementation des ententes et

au contrôle des positions dominantes) l'élément décisif du bien-être des consommateurs. Qui aurait pu croire, après les terribles ravages de la décennie 1930-1940 — un chaos dont le capitalisme sans le secours inespéré de la seconde guerre mondiale ne serait probablement jamais sorti — que la formule de l'économie de marché ferait l'objet d'une telle réhabilitation.

Pour notre propos, le point essentiel est que dans le cadre du Marché Commun le progrès social continuera à être évalué en termes de consommation privée. Se fiant au marché pour déterminer les articles à produire ou, ce qui revient au même, pour assurer la répartition des forces productives entre les différents emplois possibles, le Traité de Rome ne comporte aucun mécanisme susceptible de déterminer les besoins authentiques des consommateurs et d'exprimer des priorités en vue de faire passer le nécessaire avant le superflu. Ce recours aux impulsions anonymes et foncièrement injustes de la « demande solvable » pour accomplir la tâche économique la plus haute qui puisse revenir aux hommes est le signe sans équivoque de la nature capitaliste de l'entreprise. Et à cet égard les timides suggestions présentées par la Commission au titre de la programmation européenne ne changent pratiquement rien à cette ligne de conduite. Ayant ainsi choisi de confier à l'économie privée, sous quelques modestes contrôles supra-nationaux ou étatiques, la charge d'établir la liste des besoins à satisfaire les rédacteurs et les signataires du Traité de Rome ont assumé une responsabilité capitale en fermant d'emblée aux pays membres d'immenses perspectives de redressement social.

Certes il eut été pour le moins paradoxal que la Communauté mette en œuvre des schémas de politique économique et sociale dont jusqu'à [p. 446] présent la France, seule des six pays membres, a eu l'intuition qu'ils constituent le facteur irremplaçable d'une amélioration en profondeur de la condition humaine. Au surplus, le IV^e Plan, après avoir dégagé le principe n'en a-t-il tiré que des conséquences bien insuffisantes. Mais il reste profondément regrettable qu'une entreprise de l'envergure du Marché Commun, au lieu de s'engager sur les routes de l'avenir, ait été condamnée à se perdre dans les ornières du passé.

Il serait pour autant injuste de passer sous silence les efforts accomplis au cours des dernières années par les dirigeants européens en vue d'améliorer, sous certains de ses aspects, la situation des consommateurs (par exemple dans l'ordre de la protection contre la coloration abusive des aliments). Mais on ne se trompe pas en disant que ces démarches tendent aussi, dans leur principe, à améliorer les conditions de la production et à faciliter le jeu de la concurrence par l'harmonisation du contexte de la lutte que se livrent les entreprises. C'est en fonction de la production, et comme dans le prolongement de celle-ci, que l'attention portée à la consommation trouve sa raison d'être ¹.

¹ Caractéristique de cette tendance est l'étude : *Tendances de la production et de la consommation des denrées alimentaires 1956-1965* réalisée en 1959-60 par un groupe d'experts indépendants en

Dans cette conjoncture, il s'agit pour les dirigeants européens (cas des comités de produits agricoles) d'améliorer les régimes de production et de distribution des biens afin qu'ils répondent de manière plus adéquate, aux besoins tels que les définissent et, de plus en plus, les suscitent, les apprécient et les mesurent les mécanismes du marché. À cet égard, les associations de consommateurs sont capables de rendre d'utiles services aux autorités de Bruxelles, ne serait-ce qu'en servant de contrepoids aux prétentions des organisations professionnelles. De la même manière leur action est susceptible de valoir aux consommateurs, au niveau de l'emploi optimal du revenu, des avantages certains sur des points déterminés. Mais tout ce qui a été dit précédemment à propos des servitudes et des limites de telles interventions s'applique intégralement ici.

Acceptons donc, pour juger des avantages procurés aux consommateurs par l'intégration, l'étalon de la consommation privée puisqu'il correspond à l'inspiration fondamentale du Traité. Sur cette base d'évaluation bien étroite, et sans oublier le caractère très récent du système, l'expérience est-elle déjà concluante ?

[p. 447]

II BILAN GLOBAL DE L'EXPÉRIENCE

[Retour à la table des matières](#)

« Marché Commun : le client roi », lit-on sur la première page du numéro de janvier 1963 du périodique déjà cité *Communauté Européenne*. Ce thème est développé dans le numéro même ¹ à l'aide de titres et sous-titres fracassants : « Le client fait la loi » ; « Le consommateur devient le premier bénéficiaire du Marché Commun » ; « Marché Commun : pouvoir d'achat accru pour le consommateur » ; « quand les produits étrangers sont moins chers », etc. Tout en reconnaissant que les premiers à ressentir les effets bénéfiques de l'opération ont été les chefs d'entreprise « qui ont vu leurs productions augmenter, leurs ventes progresser, leurs exportations monter en flèche », la revue affirme à l'intention des « sceptiques » que 170 millions d'Européens ont bénéficié de la création du Marché Commun ». Et elle ne craint pas de dire que les Américains ont été « éblouis » quand le professeur

collaboration avec la direction générale de l'agriculture (Série Agriculture, n° 2, Bruxelles 1960). C'est bien davantage une étude de marché qu'une analyse sociale des besoins humains en matière alimentaire.

¹ Pages 10-11. Voir aussi le numéro de juin 1963 p. 12 « En 4 ans les échanges entre les "Six" ont augmenté de 100% : qu'est-ce que cela signifie pour les Européens ? ». Citons en sens inverse le point de vue de la Ligue des Familles Nombreuses de Belgique : « Le consommateur européen reste sur sa faim », *Nous Acheteurs*, 1963, n° 4, p. 3.

Hallstein leur a annoncé qu'en 10 ans (1960-1970) la consommation des ménages européens progresserait de 66% ¹.

Naturellement, un thème de cette envergure ne pouvait laisser indifférents les spécialistes du marketing. Je citerai à cet égard l'opération entreprise par les Galeries Lafayette en mars 1962 et poursuivie à la Noël de la même année. Elle reposait sur l'attribution du titre « champion d'Europe » à l'article le plus intéressant de sa catégorie pour le consommateur français quel que soit le pays producteur. En vue d'établir que « l'Europe fait baisser les prix et améliore la qualité » ² une comparaison des prix était faite avec le même article vendu en 1958 lors de l'entrée en vigueur du Marché Commun (ou avec un article équivalent, certains produits étant nouveaux ou ayant été sensiblement modifiés au cours de ces quatre ans). À en croire cette campagne, une conclusion nette se dégageait de l'expérience : baisse des prix, parfois très sensible, avec amélioration de la qualité (l'exemple le plus spectaculaire étant celui des imperméables italiens de nylon enduit dont de 1958 à 1961 le prix aurait baissé de 69% et fait diminuer celui des concurrents français de 42%). Au total, baisse de certains prix, choix plus vaste, fabrication d'articles plus à la mode : tels seraient les traits du premier bilan global de l'intégration, bilan on le voit entièrement favorable aux consommateurs ³.

Il faut dire tout de suite que les observateurs extérieurs à la propagande européenne et au *marketing* — dont la conjonction en ce domaine [p. 448] ne va pas sans susciter quelques malaises, sont beaucoup plus modérés dans leur appréciation de la situation. Jean Lecerf par exemple montre qu'aucun changement substantiel n'est encore intervenu dans le domaine des vivres, la probabilité en cette matière étant que les consommateurs, sans obtenir de baisse de prix sensibles, réalisent des gains sur la qualité (normalisation des fruits et légumes) ⁴. Quant aux articles industriels, des progrès ont été réalisés mais il est fréquent qu'ils soient plus spectaculaires pour des produits venus du Japon ou d'Espagne que pour ceux en provenance du marché commun.

Autrement dit, la simple « libération des échanges » aurait été dans quelques cas plus importante que l'abaissement des droits de douane entre les six partenaires — et ce d'autant plus qu'en divers cas les pays, ne jouant pas le jeu, ont, sous prétexte

¹ Comme exemple de réaction du monde des affaires américaines, voir *U.S. News and World Report*, 12 août 1963, pp. 44-47, « People are turning Europe into one big country ».

² Selon les expressions de *L'Ordre Professionnel* (Genève), 19 janvier 1963, p. 3.

³ Pour un récit de cette expérience, voir le numéro d'avril 1962 de *Communauté Européenne*. L'intégration a posé des problèmes aux grandes unités commerciales de distribution et suscité la création de liaisons nouvelles (par exemple échange de renseignements entre les grands magasins). Voir sur ce point le travail de DEPRETER (G.), *Les groupements internationaux de grandes entreprises de distribution*, mémoire ronéographié, Bruxelles, mai 1960.

⁴ In « La naissance du consommateur européen », *La Nef*, nouvelle série, cahier n° 10 (« Quelle est cette Europe »), pp. 58-64.

d'égaliser la concurrence partiellement annulé la baisse des droits de douane par l'institution de taxes compensatoires (cas, entre beaucoup d'autres de l'importation des jouets en Italie). En certaines situations, les États se sont efforcés par des mesures de sauvegarde de réduire la pression de producteurs étrangers qui compromettaient le fonctionnement d'une branche nationale (cas des réfrigérateurs italiens sur le marché français). Finalement, il semble que jusqu'à présent le consommateur ait davantage bénéficié d'un élargissement du choix que d'une diminution des prix. Lecerf conclut son étude en écrivant : « Le Marché Commun, pour l'acheteur, c'est l'art de choisir et d'arbitrer entre les plus beaux produits d'Europe ».

Pour l'étude de ces problèmes, nous disposons désormais d'une source de grande valeur : l'évaluation faite par la Commission elle-même dans son Sixième Rapport Général (1^{er} mai 1962-31 mars 1963)¹. Or cette analyse d'une grande probité intellectuelle, aboutit à des conclusions prudentes dont voici les points essentiels.

— Répercussions sur les prix. Dans ce domaine, les résultats d'ensemble font défaut, la Commission ayant décidé en conséquence d'entreprendre dès 1963 une vaste enquête avec le concours des grandes entreprises de distribution sur les prix à la consommation d'une centaine de produits. Il semble que les baisses les plus spectaculaires de produits importés intéressent le secteur de l'habillement (textiles, plastiques, chaussures) : l'origine des baisses dans ce secteur serait due à certaines productions italiennes, une réaction en chaîne ayant contribué à provoquer des réactions positives des fabricants de produits nationaux, allemands et français notamment, directement concurrencés (amélioration des techniques de production et baisse des prix). Selon une autre source, [p. 449] la diminution des droits de douane intra-communautaires aurait eu des effets différents selon les pays : très peu sensibles en Belgique (où la protection douanière était faible) et en Allemagne (les autorités de ce pays ayant, en vue de peser sur les prix, beaucoup anticipé dès 1957 sur la baisse des droits à intervenir au titre du Marché Commun), un peu plus important en France. Mais au total, on n'a pas encore beaucoup de certitudes en ce domaine.

— Revenus des consommateurs. La commission admet qu'il est statistiquement impossible de séparer dans l'augmentation des revenus la part qui provient de l'existence du Marché Commun car même si les six partenaires étaient demeurés économiquement indépendants, ces ressources ne seraient pas restées stationnaires. Sous cette réserve, observons qu'évaluées en prix constants, les augmentations des ressources des ménages de 1958 à 1963 atteignaient près de

¹ Pages 96-102.

25% en Allemagne et en Italie, 15% environ aux Pays-Bas et en France, 10% en Belgique.

— Emploi des revenus des consommateurs. Les répercussions de l'ouverture des frontières sont selon la Commission plus faciles à déceler en cette matière. Si l'on s'en tient aux seuls biens destinés à l'économie domestique, l'accroissement des importations intracommunautaires a atteint, en quatre années, 130% en France, 80 à 90% en Allemagne et aux Pays-Bas, 60% en Italie et 25% en Belgique. Tous ces pourcentages sont assez sensiblement supérieurs à ceux des augmentations de revenus.

Certes la part des biens de consommation courante importée dans les achats des consommateurs varie beaucoup selon les pays (selon des évaluations sommaires entre 10 et 20% dans les pays du Benelux tributaire de tout temps du commerce international ; 8 à 9% en Allemagne et 3 à 4% en Italie, la France occupant une position intermédiaire entre ces deux pays). Dans l'ensemble pourtant, et sans qu'il en résulte encore, surtout pour la France et l'Italie, des modifications profondes du comportement de l'ensemble des consommateurs, la conséquence de l'augmentation des échanges intracommunautaires a eu pour résultat de mettre à la disposition des consommateurs de chaque pays membre une gamme de plus en plus importante de produits en provenance des pays partenaires.

Au surplus, souligne la Commission, les échanges commerciaux ne traduisent pas toute la réalité économique, le transfert d'industries d'un pays à l'autre et la création d'établissements par des entreprises d'un pays partenaire entraînant des résultats comparables à ceux du commerce international.

[p. 450] Finalement les conclusions de la Commission sont nuancées, les situations variant d'un pays à l'autre selon les facultés compétitives respectives des producteurs des États membres. Il semble que c'est surtout dans l'ordre des biens de consommation durables (principalement appareils électro-ménagers, de radio et de télévision) que les consommateurs des six pays ont bénéficié à la fois d'un accroissement du choix et d'une baisse des prix (résultant d'une intensification de la concurrence mais aussi des progrès de la productivité en ces branches). Par contre, les répercussions semblent beaucoup plus limitées dans le cas des produits alimentaires. Les mouvements constatés à cet égard n'intéressent que quelques produits et certains pays (importation en France, parfois sous l'effet de circonstances climatiques exceptionnelles, de légumes italiens et néerlandais ; importation en Allemagne Fédérale et en Belgique de fruits français et italiens, etc.).

On saura gré à la Commission d'avoir souligné que l'élargissement du nombre des produits offerts accroît l'urgence de réaliser l'information des consommateurs notamment sur les articles nouveaux. La Commission signale à ce propos l'œuvre de la Conférence Internationale Permanente de la Qualité et le projet d'« Euro-Tests » du Bureau Européen des Unions de Consommateurs. Elle attache également de

l'importance au rapprochement des normes de qualité et considère comme une contribution à la promotion de la qualité les règles adoptées à l'égard de plusieurs produits agricoles au titre de l'organisation commune des marchés (notamment fruits et légumes, céréales et farines, vins de qualité).

Au total, par son impartialité même, le rapport de la Commission met bien en lumière l'obstacle fondamental auquel l'on se heurte pour de telles analyses — obstacle qu'accroît la nouveauté de l'expérience : la difficulté de faire une distinction, au titre de l'explication des échanges et des prix, entre les causes découlant directement de l'établissement du Marché Commun et celles qui n'ont aucun rapport avec l'intégration européenne (ainsi pour l'agriculture influence du volume et de la qualité des récoltes nationales).

Actuellement de nombreuses enquêtes sont en cours dans les services de la Commission quant aux répercussions de l'instauration du Marché Commun sur l'approvisionnement des consommateurs. C'est ainsi que la Direction générale du marché intérieur organise en janvier 1964 cinq colloques (producteurs-distributeurs-consommateurs) en vue d'étudier certaines répercussions du marché commun sur les problèmes d'approvisionnement et de prix de détail. Ces colloques seront respectivement consacrés aux produits agricoles alimentaires d'origine animale, produits [p. 451] agricoles alimentaires d'origine végétale, produits d'équipement des ménages, produits d'habillement et textiles, autres produits. Les colloques seront suivis d'une réunion générale pour les consommateurs. Ces études, dont les difficultés sont grandes, aideront peut-être à y voir plus clair dans ce difficile problème que complique le recours par le secteur production-distribution aux formules d'entente (notamment contrats de concession exclusive). Il est à cet égard regrettable que le Comité de Contact ne dispose pas des ressources matérielles qui lui permettraient de s'associer à la réalisation de telles enquêtes.

Soulignons au passage que ce problème n'est pas propre au Marché Commun. Les mêmes préoccupations se font jour par exemple dans le cadre de l'Association Européenne de Libre Échange et notamment en Suisse. Au cours de février 1963, la Division du Commerce du Département de l'Économie Publique de ce pays s'est posé le problème de l'incidence sur les prix de la réduction douanière de 50% intervenue à ce titre et qui affecte environ 13% des importations du pays. Elle a demandé à la Fédération Suisse des Importateurs et du Commerce de Gros d'effectuer une enquête à ce propos. Or le rapport de la Fédération aboutit à la conclusion que, même dans les secteurs où elle est effectivement intervenue (les produits agricoles et divers autres étant expressément exclus de cette baisse douanière) le consommateur ne profite pas des réductions tarifaires. Il apparaît que celles-ci ont généralement été compensées par une augmentation des frais (accroissement sensible des tarifs de chemin de fer ainsi que des taxes postales intervenues en Suisse au début de l'année, élévation des salaires payés par les

maisons de gros, voire aussi en plusieurs cas, augmentation des prix imposés par les fournisseurs étrangers...).

En somme les réductions tarifaires auraient simplement permis en règle générale de modérer ou de contenir la hausse des prix déterminée par divers éléments de l'économie suisse et internationale (suremplei et tensions inflationnistes) ¹.

Au bénéfice de ces observations générales auxquelles l'on peut certes reprocher, comme à tout ce que l'on écrit aujourd'hui sur le Marché Commun, de raisonner sur une trop brève période, je voudrais évoquer maintenant plusieurs problèmes spécifiques auxquels durant ces dernières années les associations de consommateurs ont attaché une importance particulière.

[p. 452]

III. EXAMEN DE QUELQUES PROBLÈMES SPÉCIFIQUES

[Retour à la table des matières](#)

J'en retiendrai trois : le rapprochement des législations en matière d'additifs alimentaires ; la réglementation des ententes ; la politique agricole commune. Je dirai enfin quelques mots du problème de révolution des prix telle que la jugent actuellement les représentants des consommateurs. Il ne s'agit pas, bien entendu, de traiter à fond ou simplement de manière détaillée chacun de ses problèmes mais seulement de souligner les positions prises à cet égard par les groupes de consommateurs ainsi que de marquer la place qu'ils ont été appelés à jouer dans l'élaboration de ces dispositifs.

1. Législation des denrées alimentaires.

Quelques mots d'abord du travail déjà effectué par la Commission puis un exposé des positions actuelles des groupes de consommateurs.

En date du 23 octobre 1962, le Conseil a adopté une directive relative au rapprochement des réglementations des États membres concernant les matières colorantes pouvant être employées dans les denrées destinées à l'alimentation humaine ². La Commission a par ailleurs remis au Conseil, en date du 15 février

¹ Pour une analyse théorique plus large des problèmes évoqués en ces pages, voir DUPUIGRENET-DESROUSSILLES (G.), *Niveaux de vie et coopération économique dans l'Europe de l'Ouest*, Paris 1962. L'ouvrage a le mérite d'établir la relativité des calculs intervenant en cette matière du fait qu'il n'existe pas à un moment donné un optimum conforme à la nature des choses mais plusieurs optima historiquement possibles entre lesquels il faut choisir.

² Directive publiée dans le *journal Officiel des Communautés Européennes*, 11 novembre 1962. On rappelle que dans la terminologie de la Communauté, l'émission d'une directive comporte

1963, une proposition de directive relative au rapprochement des législations concernant les agents conservateurs qui peuvent être employés dans les denrées alimentaires¹ et en date du 23 juillet 1963, une proposition ayant trait au rapprochement des législations concernant le cacao et le chocolat². Par ailleurs des études et travaux préparatoires sont en cours dans les domaines suivants : antioxydants ainsi que agents conservateurs et produits d'enrobage pour les fruits et légumes ; contrôle des aliments du bétail ; mesures phytosanitaires applicables dans les échanges. Signalons enfin la proposition en date du 23 juin 1962 d'une directive du Conseil concernant certains problèmes sanitaires en matière d'échanges intracommunautaires de viandes fraîches³.

L'harmonisation des législations des produits alimentaires trouve sa raison d'être dans l'art. 36 du Traité qui laisse aux États membres la possibilité de créer des interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit en vue de protéger divers intérêts (dont la santé et la vie des personnes et des animaux) et son fondement juridique dans l'art. [p. 453] 100 qui ouvre au Conseil statuant à l'unanimité sur proposition de la Commission d'arrêter des directives pour le rapprochement des dispositions législatives administratives et réglementaires qui ont une incidence directe sur l'établissement ou le fonctionnement du marché commun. Il est clair que sans une harmonisation des dispositions prises par les États-membres à ce titre, le commerce intracommunautaire pourrait connaître des entraves incompatibles avec l'esprit du traité.

Les difficultés d'un tel rapprochement sont trop connues pour qu'il soit nécessaire de les exposer ici en détails. La notion de santé publique n'est pas uniforme, ses exigences variant dans le temps mais aussi dans l'espace (voir par exemple en matière d'additifs alimentaires l'opposition entre le système des « listes positives » et celui des « listes négatives »). D'autre part, les techniciens ne sont pas toujours d'accord quant à la nocivité des diverses substances, ce qui permet de comprendre que, sur plus de 200 additifs tolérés par l'un ou l'autre des six pays, quelques uns seulement soient admis dans les mêmes conditions au sein de ceux-ci.

Or cette harmonisation, il faut bien le voir, est indispensable et même vitale si l'on veut éviter que la libre circulation des produits ne soit compromise par des dispositions sanitaires. Voici un exemple des difficultés rencontrées du fait de ces disparités : l'Allemagne considère comme nocifs tous les vins d'hybrides producteurs directs tandis que la France autorise l'emploi de certains de ces cépages dans la production de vins courants. La chimie étant à cet égard impuissante à fournir un

obligation dans les buts assignés en laissant à ceux qui en sont l'objet le choix des moyens propres à atteindre ces buts.

¹ Proposition publiée dans le Supplément au *Bulletin de la Communauté Économique Européenne*, 1963, n° 4, pp. 2-5.

² Proposition publiée dans le Supplément au *Bulletin de la C.E.E.*, 1963, n° 8, pp. 8-13.

³ Publiée en supplément au *Bulletin de la C.E.E.*, 1962, n° 11, pp. 3-13.

critère objectif, l'exportation des vins français en Allemagne est soumise à un examen organoleptique par des dégustateurs allemands dont, en cas de refus d'entrée de leurs produits, les vignerons tiendront les décisions pour arbitraires.

Il serait facile de multiplier les exemples : ainsi cas du beurre de coloration jaune nette que les Allemands présumant contenir une matière colorante ayant des propriétés cancérigènes et aussi cas du beurre à goût de noisette, fierté de certaines provinces françaises, que les Allemands présumant comme tel de mauvaise conservation. Mais bien d'autres facteurs que la teneur des réglementations compliquent l'œuvre de rapprochement actuellement entreprise.

Sans présenter ici un tableau exhaustif de ces difficultés, je mentionnerai la dispersion des autorités compétentes pour prendre des dispositions en ces matières et en assurer le contrôle. Dans tous les pays du Marché Commun, la rédaction, la modification et l'application des règlements particuliers incombent à plusieurs Ministères dont l'intervention varie d'un État à l'autre. Ainsi au Luxembourg et en Italie la vente des pesticides est-elle soumise à une autorisation préalable du ministère de la Santé Pu-[p. 454] blique tandis qu'en Belgique et en France ce pouvoir appartient exclusivement au ministère de l'Agriculture. Autre élément perturbateur : l'existence en plusieurs pays de procédures éventuellement confidentielles, par lesquelles l'administration accepte tacitement le maintien de certaines pratiques interdites ou accorde des tolérances en contradiction avec la loi. Ces pratiques empêchent toute comparaison objective sur la base de la réglementation officielle. Parmi les autres sources de divergences, je mentionnerai les différences dans l'information des consommateurs (ainsi pour ce qui concerne la date de fabrication des conserves, la déclaration des additifs...) ainsi que les différences dans la conception et l'équipement des services de contrôle.

Je n'insisterai pas sur ces divergences, les indications données suffisant à établir la difficulté fondamentale d'un rapprochement même entre pays géographiquement contigus et se situant au même niveau de développement économique ¹. Ajoutons également que les lois de ces pays comportent souvent les mêmes lacunes : ainsi dans l'ordre de la publicité (rien ou presque n'étant fait contre le gigantesque bluff qui conduit les consommateurs à tenir pour des remèdes miraculeux certains aliments ou en d'autres termes à croire qu'ils se soignent en mangeant).

On voit donc, qu'en dehors même de la protection de la santé publique le souci d'assurer la libre circulation des produits impose aux autorités de rapprocher le plus rapidement possible les réglementations existantes. Une fois de plus nous constatons que dans le Traité de Rome la défense du consommateur, quand elle

¹ On trouvera beaucoup plus de détails dans le rapport de RICHELLY (P.), « Les disparités et les insuffisances des réglementations alimentaires dans les pays de la Communauté » présenté aux journées d'Études du Comité de Contact, *Bulletin d'Information de l'Union Fédérale*, 1963, n° 2, *op. cit.*, pp. 43-55.

intervient, dérive en quelque sorte du souci de faciliter la production et la circulation des biens. En d'autres termes, et c'est la confirmation du point de vue avancé, les autorités communautaires n'ont pas pour mission de protéger les consommateurs : cependant, sans y être obligées, elles peuvent le faire, notamment en harmonisant par le haut (c'est-à-dire en obligeant les intéressés à s'aligner sur les exigences les plus rigoureuses) les dispositions de protection sanitaire. Cependant, cette démarche se heurte au souhait plus ou moins discret de certains représentants de l'industrie qui attendent au contraire de l'harmonisation une certaine atténuation des exigences légales actuellement en vigueur dans leur pays.

L'harmonisation des législations ayant un caractère d'urgence commerciale, les divers secteurs industriels de la Communauté ont créé des groupes de travail chargés d'étudier des conventions qui leur donnent satisfaction. Citons parmi ces groupes ceux relatifs aux confitures, aux bouillons et potages, aux conserves, aux préparations de viandes et de céréales, aux fruits et légumes transformés, aux produits laitiers... Une pareille organisation — rappel des avantages de l'action spécialisée par rapport aux groupes à vocation universelle — permet à l'appareil production-distribution de prendre des initiatives et de suggérer à la Commission ses secteurs d'intervention. Elle permet également aux professionnels intéressés de faire prévaloir des points de vue qui ne correspondent pas aux exigences optimales de la défense des consommateurs. Ainsi la directive sur les colorants en autorise-t-elle 17 (dont deux tolérés pendant 3 ans seulement là où ils sont actuellement autorisés). Or chez les pays membres, la liste la plus copieuse en permet 13, la plus limitée 11 : en dehors des Six, on peut mentionner le cas de la Suisse qui en autorise 12 et celui de la Pologne qui en permet seulement neuf.

Sur la seule base des résultats déjà acquis, il est difficile d'échapper à l'idée qu'en dépit de la sollicitude témoignée par les services de la Commission aux organisations de consommateurs, ce sont les groupes de pression patronaux qui exercent l'influence majeure. Or il est douteux que la situation actuelle puisse être renversée, l'un des facteurs d'affaiblissement de la position des consommateurs étant l'insuffisance des délais d'examen qui leur sont accordés (ainsi deux mois dans le cas du chocolat et du cacao). Les dirigeants européens repoussent ces critiques en indiquant que désormais les deux points de vue en présence font également l'objet d'une consultation. La réponse ne serait valable que si chacune de ces parties disposait des mêmes moyens, ce qui, on le sait, n'est pas vrai. Je pense que dans tous les cas où les groupes de consommateurs ne sont pas mis en état d'émettre un avis sérieux et exhaustif, ils devraient refuser de répondre en donnant à l'événement toute la publicité souhaitable.

Lors de sa deuxième session d'études, le Comité de Contact a adopté une résolution concernant l'harmonisation des réglementations alimentaires dont le premier article expose que cette harmonisation « doit conduire à une amélioration de l'ensemble des réglementations alimentaires nationales du point de vue de la

protection du consommateur. Elle doit choisir comme référence les textes nationaux les mieux élaborés ». Cette motion souhaite à juste titre l'établissement d'une directive de base précisant les règles à respecter par chaque pays pour procéder à l'harmonisation de sa loi fondamentale sur les denrées alimentaires.

Or jusqu'à présent, l'harmonisation a été circonscrite à des cas particuliers sans définition de principes fondamentaux — situation qui comporte, peut-être, certaines justifications techniques, mais qui est peu favorable aux consommateurs. La résolution revendique également la reconnaissance du droit du consommateur à une information complète et objective, notamment par les moyens suivants : déclaration obligatoire des [p. 456] additifs ; étiquetage informatif établi dans la langue du pays où le produit est vendu ; réglementation des mentions figurant sur les étiquettes ; soumission rigoureuse de la publicité à la règle que toute affirmation doit reposer sur des preuves.

Ce sont là, évidemment, des exigences élémentaires et l'on peut s'étonner que les consommateurs de pays développés en soient encore au stade où il leur faut en revendiquer le bénéfice sans avoir la moindre certitude de l'obtenir. C'est en lisant de tels textes que l'on se rend compte du mensonge fondamental inclus dans les expressions « consommateur-roi » ou « client-roi ». Et il est regrettable, à cet égard, que *Communauté Européenne* utilise de telles expressions si manifestement contraires à la vérité que les professionnels les plus endurcis de la publicité hésitent aujourd'hui à les employer.

Le Traité de Rome étant ce qu'il est — orienté vers l'expansion de la production et non vers l'épanouissement de l'homme — et la Commission ne pouvant, même si elle le désirait, aller plus vite que les gouvernements nationaux, il est très douteux que les demandes, pourtant bien modérées du Comité de Contact reçoivent satisfaction. Il faut probablement admettre que la réforme sociale est indivisible.

*
* *

En marge de la législation alimentaire, je signalerai une proposition de directive du Conseil relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives relatives aux produits pharmaceutiques¹. Cette proposition remise par la Commission au Conseil le 5 novembre 1962 s'occupe principalement de l'autorisation de mise sur le marché des spécialités pharmaceutiques, de la suspension et du retrait d'une telle autorisation, de l'étiquetage des spécialités pharmaceutiques. Il s'agit à la fois, c'est toujours la même ambivalence, de mettre

¹ Publiée dans le supplément au *Bulletin de la C.E.E.*, 1962, n° 12, pp. 4-8.

les entreprises en situation d'égale compétitivité et de favoriser les échanges sans oublier d'assurer une protection de la santé publique.

Il est prévu que l'harmonisation s'effectuera en deux étapes : durant la première qui fait l'objet de la présente proposition, le but visé est d'harmoniser les réglementations relatives à la mise en vente des produits sur le marché de chaque pays. Viendra ensuite une deuxième étape qui sera celle de la reconnaissance mutuelle par les divers partenaires des autorisations accordées par l'un d'entre eux. Toutefois le passage d'une étape à l'autre exigera des rapprochements sur des points délicats (publicité des contrôles, conditions de délivrance des brevets...).

[p. 457]

2. Réglementation des ententes ¹.

[Retour à la table des matières](#)

Je rappelle que l'art. 85, al. 1 du Traité de Rome interdit les ententes susceptibles d'affecter le commerce entre les États membres et ayant pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du Marché Commun — l'al. 3 de ce même article prévoyant des exceptions en faveur de celles de ces ententes qui contribuent à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique tout en réservant aux utilisateurs une part équitable du profit qui en résulte (ce texte étant également l'un de ceux qui mentionnent les consommateurs). De la même manière, l'art. 86 al. 1 interdit les abus de position dominante sur le Marché Commun ou dans une partie substantielle de celui-ci.

L'élément initial de mise en œuvre de ce dispositif est le règlement n° 17 arrêté par le Conseil le 6 février 1962 ². Ce règlement expose les principes d'un régime de contrôle dont, contrairement au système de surveillance souple préconisé par la France, la notification aux autorités de Bruxelles constitue la clé de voute. Le règlement n° 27 de la Commission pris en date du 3 mai 1962 ³ contient des normes d'application ayant pour objet de définir la forme, la teneur et les autres modalités des déclarations prévues par le règlement n° 17. Tout le régime a pour objectif d'inciter les entreprises à notifier les accords conclus tant du fait des avantages conférés à la notification volontaire que par suite des risques résultant de l'absence de notification (notamment incertitude entourant alors la validité même de

¹ Pour une étude générale des données du problème, voir : HOUSSIAUX *Concurrence et Marché Commun*, Paris 1960.

² *J.O. des Communautés Européennes* du 21 février 1962, p. 204. Dans la pratique de la C.E.E. le terme « règlement » est utilisé pour désigner les actes de portée générale qui sont obligatoires dans tous leurs éléments et directement applicables dans tous les États-membres.

³ *Ibid.*, 10 mai 1962, p. 1118.

l'entente). Ce souhait semble avoir été exaucé puisqu'au mois de mai 1963 on comptait environ 34 700 notifications de restrictions à la concurrence, demandes d'attestations négatives et plaintes (les attestations négatives ayant pour but de faire constater par la Commission, sur demande des entreprises intéressées, qu'il n'y a pas lieu pour elle d'intervenir). Sur ce total, on note environ 11 000 notifications de contrat de distributions exclusives d'une particulière variété (100 à 120 catégories).

Le règlement n° 17 concerne également les positions dominantes mais le principe de la notification ne pouvait s'appliquer à celles-ci qui sont des états de fait. Il a été décidé que ces positions seraient appréhendées au moyen d'enquêtes par secteur économique. En réalité, comme le note L. Franck, la réglementation actuelle vise essentiellement à soumettre les ententes horizontales à un contrôle minutieux et sévère alors qu'elle est infiniment plus réservée pour les positions dominantes qui représentent pourtant la forme achevée de la concentration ¹.

[p. 458] Dans l'ensemble, les organisations de consommateurs, tout en déclarant que les ententes peuvent présenter certains aspects favorables (ce qui, en pratique, permet aux affaires de sauver l'essentiel du dirigisme professionnel) se sont prononcées en faveur d'une application rigoureuse de cette réglementation. Elles auraient souhaité que leurs représentants participent aux travaux du Comité consultatif en matière d'ententes et de positions dominantes prévues par l'art. 10 al. 3 du règlement n° 17. Mais il a été décidé que celui-ci — que la Commission doit consulter au titre de l'octroi ou du retrait des dérogations ainsi que de la délivrance des attestations négatives — serait exclusivement composé de fonctionnaires des États-membres. Lors de sa deuxième session d'études (mars 1963), le Comité de Contact a mentionné parmi les obstacles privant les consommateurs des avantages qu'ils sont en droit d'attendre du progrès économique les ententes entre producteurs ou distributeurs qui, se réalisant au sein de la Communauté, tendent à maintenir un cloisonnement artificiel et rendent possibles des discriminations de prix entre différents marchés. Plus généralement le Comité déclare voir dans le maintien de la libre concurrence la garantie de la liberté de consommation.

À première vue, cette position paraît juste. En de nombreux secteurs, les ententes suscitent des prix surfaits et rigides, tantôt provoquant des capacités de production exagérées et des investissements stériles, tantôt entraînant des relèvements automatiques de prix en cas de hausse des salaires. Toutes ces pratiques — dont le fondement commun, sous le pavillon fallacieux de la liberté du commerce et de l'industrie, est la volonté des entreprises d'échapper aux soucis et aux risques de la concurrence — sont dommageables à la collectivité et justifient amplement le sentiment d'insécurité juridique, assez relatif d'ailleurs, que fait peser la réglementation instituée par les dirigeants européens sur les entreprises intéressées. On ne peut qu'approuver en particulier la volonté de surveiller le

¹ In *La libre concurrence*, Paris 1963, p. 127.

secteur des oligopoles et de réduire la marge stratégique dont il dispose en plusieurs branches (raffineries de pétrole, industries chimiques, industries mécaniques...).

Ceci étant, les groupes de consommateurs considèrent avec beaucoup trop d'optimisme les résultats éventuels de tels dispositifs. Le fait que les partisans les plus systématiques de la législation anti-trust se recrutent parmi d'excellents défenseurs du capitalisme (rappel de la législation antitrust américaine qui a servi de modèle à toutes les autres, et aussi de l'« économie sociale de marché » de M. L. Erhard) devrait pourtant leur ouvrir l'esprit sur la signification réelle de ce genre d'intervention. [p. 459] Il suffit pour se convaincre du manque de dynamisme des organismes ayant la charge de contrôler les ententes de suivre les coups que producteurs et commerçants allemands sont en train de leur porter avec succès pour se soustraire à l'emprise de la loi.

Certes, contrairement à des positions mises à la mode par Schumpeter, le dirigisme professionnel ou corporatif est plus favorable à l'exploitation du consommateur que la concurrence pure et simple. Mais seule la planification assortie d'un contrôle social des biens de production serait susceptible de mettre fin à cette exploitation. Admettons pourtant que l'on se décide en faveur de la compétition. Comme le montre le cas des États-Unis qui, après soixante ans de législation anti-trust possèdent au niveau des décisions fondamentales une économie pleinement monopoliste, c'est une profonde illusion que de croire que de tels dispositifs sont susceptibles de restaurer la libre concurrence.

Pour qu'il en aille autrement, il faudrait bouleverser les structures économiques à un point qui deviendrait rapidement intolérable pour le régime capitaliste. La preuve en est que tous les systèmes de réglementation d'ententes comportent des exceptions (les fameuses « bonnes ententes ») qui en ruinent la portée. D'un autre côté, les firmes travaillant dans un marché oligopolistique n'ont pas besoin de se concerter pour harmoniser ou uniformiser leurs conduites (possibilité d'accords tacites, éventuellement par alignement spontané sur les décisions de la firme-leader). Enfin je l'ai déjà dit dans la mesure où elle laisse subsister la concentration financière — qui dans les secteurs à petit nombre d'entreprises remplace avantageusement les ententes — la réglementation antitrust est une simple parodie de réduction du pouvoir économique privé.

Je n'ai pas d'objection contre la destruction des pratiques restrictives à condition que, rigoureuse et exhaustive, elle atteigne véritablement la cible visée. À ce titre, la suppression du prix imposé, par la guerre qu'elle oblige les commerçants à se livrer, représente, en moyenne, un avantage certain pour le consommateur. Mais rien ne permet de dire que ce retour à la concurrence serait susceptible de mettre fin aux abus de tous ordres dont souffre le consommateur en régime capitaliste (par exemple la mise en condition publicitaire). Ce jugement s'appuie sur l'échec des diverses expériences nationales engagées à cet effet. Les pratiques détruites sous une forme renaissent vite sous une autre. Il est douteux que la cinquantaine de

fonctionnaires de la Direction générale « concurrence » de la Commission fassent davantage, même s'ils venaient à être assistés de trieuses électroniques que les services de contrôle nationaux qui, nulle part, n'ont réussi à préserver ou à restaurer [p. 460] le principe de la concurrence comme régulateur de la vie économique.

Mentionnons que lors d'une réunion de la Commission consultative les 11 et 12 juin 1963, il a été décidé que la Commission s'attaquerait tout d'abord aux secteurs ne s'étant pas manifestés à l'époque prévue pour les notifications afin d'y déceler les ententes restées dans la clandestinité. Par ailleurs, la Commission a admis que pour entamer des poursuites à l'intérieur des États-membres à l'égard des contrevenants à l'art. 85 elle doit au préalable obtenir l'autorisation des gouvernements nationaux. En réalité, la mise en train du mécanisme de contrôle paraît très laborieuse et, comme l'on pouvait s'y attendre, le système, avant même que les premiers contrôles effectifs soient intervenus, connaît des risques de blocage. Il est clair que l'octroi de tolérances ou de délais de grâce supplémentaires lui ôterait vite toute efficacité ¹.

3. Politique agricole commune.

[Retour à la table des matières](#)

En moyenne, les organisations de consommateurs, que ce soit sur le plan national ou européen, ne s'opposent pas à l'adoption d'une politique agricole qui prenne en considération les particularités de l'agriculture et tienne compte des difficultés spécifiques rencontrées par la paysannerie dans les sociétés industrialisées. Cependant, ces organisations, ainsi d'ailleurs que les syndicats ouvriers en tant que tels, reprochent généralement aux dispositions concrètes adoptées leur protectionnisme et leur coût financier. De telles attitudes s'observent aujourd'hui vis-à-vis de la politique agricole commune ².

Pour exposer ce point de vue, le mieux est de partir du rapport écrit adressé par le Comité de Contact au président de la Communauté. L'idée du Comité est qu'à la longue seule une politique structurelle d'ensemble, accompagnée d'un effort

¹ Le Traité de Rome comporte de nombreux autres mécanismes de sauvegarde de la concurrence (ainsi suppression des aides des États qui faussent la concurrence ou encore rapprochement des dispositions qui restreignent la concurrence...). Le sens de ces mesures est clairement exposé in : GROEBEN (Hans von der), *La politique de la concurrence dans la Communauté économique européenne*, Bruxelles, C.E.E., juin 1961.

² Lors du colloque international sur « l'intégration européenne et le mouvement ouvrier » organisé par le Centre d'Études Socialistes (Paris, 5-7 novembre 1963) un intéressant rapport collectif a été présenté sur *L'Europe et ses problèmes agricoles*. Ce texte me semble d'une grande faiblesse dans l'analyse qu'il donne des importations agricoles en provenance des pays tiers (p. 16 de la version ronéotée). J'admets que la C.E.E. capitaliste ne puisse ni ne veuille altérer gravement ses rapports avec les États-Unis. Je comprends moins bien que l'on continue à faire état d'une telle servitude en évoquant (p. 23) une perspective socialiste agricole.

d'amélioration de la vie rurale et d'une politique sociale active, est susceptible de résoudre les problèmes que pose l'intégration des campagnes dans la vie économique. Dès lors, les solutions partielles actuellement mises en œuvre n'échappent pas à la critique. C'est le cas en particulier pour les prélèvements qui ne devraient être considérés que comme une solution d'attente : susceptibles de déclencher une hausse du prix des articles alimentaires, ces prélèvements sont plus favorables aux producteurs qu'aux consommateurs.

De même le Comité se prononçait clairement contre toute surproduction agricole dont la survenance, en raison de l'organisation autoritaire des marchés n'a nullement pour effet d'avantager les consommateurs. En [p. 461] outre, il protestait contre le projet de taxation des graisses végétales importées, une telle mesure n'étant d'ailleurs pas de nature à apporter une solution au marché du beurre. En règle générale, les représentants des consommateurs regrettent que l'on se soit d'abord occupé des prix de commercialisation de certains produits en laissant à l'arrière-plan les problèmes de structure qui, pourtant jouent un rôle essentiel.

De telles observations rejoignent les critiques antérieurement présentées par d'autres groupes à la politique agricole commune (celle-ci risquant à leurs yeux de se résoudre en un protectionnisme aveugle et en un soutien non sélectif des prix agricoles). Autre grief formulé par les coopératives de consommation : le fait que le régime institué ne fait guère mention de la possibilité pour les agriculteurs d'utiliser les méthodes coopératives et ne se préoccupe pas du tout d'en faciliter le développement.

Dans sa réponse au rapport du Comité de Contact, le président de la Communauté a contesté que le système des prélèvements soit uniquement favorable aux producteurs. L'harmonisation des prix agricoles, qui doit conduire ultérieurement à l'abolition des prélèvements de type intracommunautaire, finira par servir aussi les intérêts du consommateur. Par ailleurs, le président a admis que le problème des produits laitiers ne pourrait être résolu par des mesures concernant les graisses végétales même si une certaine interdépendance peut être établie entre les deux secteurs.

Lors de sa deuxième session d'études le Comité de Contact a critiqué l'organisation des marchés agricoles telle que prévue par les premiers règlements de la Commission. Selon le Comité, ce système a pour principal effet de maintenir un protectionnisme en faveur des producteurs sans mettre parallèlement en œuvre une véritable politique d'amélioration et de reconversion des structures agricoles en vue d'adapter le Marché Commun agricole aux besoins des 170 millions de consommateurs de la Communauté et de trouver une solution valable et durable aux problèmes économiques et sociaux du monde paysan. Plus récemment (5 novembre 1963) le Comité a demandé que la fixation du régime des céréales n'entraîne pas une nouvelle hausse des prix dans les États membres et il a réitéré son opposition à la taxation de la margarine et de l'huile au profit du beurre.

Dernière prise de position sur ce problème : une résolution adoptée par le Comité en séance plénière à Düsseldorf le 31 janvier 1964. Le Comité déplore à propos de l'établissement d'une taxe sur la margarine que l'on ne tienne pas compte « de ce que la charge du soutien des prix agricoles retombe en règle générale sur les consom-[p. 462] mateurs européens ». Il demande que, lors de sa fixation en avril 1964, « le prix européen des céréales n'engendre aucune charge supplémentaire pour les consommateurs ».

Je comprends certes ces positions que dicte le souci de protéger le pouvoir d'achat des travailleurs modestes. Cependant je ne crois pas que les groupes de consommateurs témoignent à l'égard des revendications paysannes de toute l'équité désirable. C'est là d'ailleurs une tendance caractéristique des associations à implantation principalement urbaine. Les consommateurs qui acceptent de payer des prix élevés pour une place de cinéma ou un service quelconque s'insurgent au moindre effort tendant à assurer la parité — une parité jamais atteinte sauf en période de disette — des prix agricoles avec les prix industriels. Et pourtant, la fourniture d'un litre de lait constitue (bien qu'en divers pays dont la Belgique la marge du distributeur dépasse le bénéfice du producteur) une activité aussi respectable et socialement plus utile que la réalisation d'une « permanente ».

Les organisations européennes de consommateurs ne voient pas ou feignent de ne pas voir que, comme l'acheteur final, le paysan est exploité par le capital monopoliste. Il serait tout de même utile qu'elles ne perdent pas de vue le cas des grands trusts alimentaires dont les activités, ainsi que le montrent les cours de bourse, comptent aujourd'hui parmi les plus fructueuses du monde capitaliste.

Il y a plus grave. Certes, nous savons que l'agriculture n'est pas au bout de ses transformations et que le pourcentage des agriculteurs dans la population active est appelé à décliner considérablement. Pourtant, même si ce pourcentage doit tomber à 5%, cela n'implique aucunement qu'il faille sacrifier le potentiel agricole européen. Or, l'agriculture n'étant pas l'industrie, cette sauvegarde exige nécessairement un certain niveau de protectionnisme. En se prononçant pour la concurrence internationale en ce domaine, les groupes de consommateurs font le jeu des pays disposant de conditions naturelles plus favorables que les nôtres. Je me garderai de dire que c'est là le résultat d'un choix systématique : il est pourtant assez troublant de voir que dans la querelle entre les exportateurs américains et les paysans européens les associations de consommateurs adoptent des thèses plus favorables aux premiers qu'aux seconds.

Ainsi, dans sa résolution du 5 novembre 1963, relative au prix des céréales, le Comité s'est-il prononcé en faveur d'un Marché Commun agricole sous réserve que l'organisation de celui-ci tienne compte « des responsabilités de la Communauté à l'égard des problèmes du commerce mondial ». Gageons que le Comité serait moins généreux si le sort d'im-[p. 463] portantes branches de la production industrielle

risquait d'être directement mis en cause par la concurrence internationale. Le paysan de nos pays serait-il donc voué au rôle d'un Européen de seconde classe ?

Ni l'intérêt des consommateurs, ni celui des producteurs agricoles ne constitue à lui seul l'intérêt général. Mais l'un comme l'autre ainsi que j'essaierai de le montrer plus tard doivent entrer, avec leurs exigences propres, dans une définition de l'intérêt commun qui les réconcilie selon une perspective d'évolution dynamique. Il se trouve que le fonctionnement du système capitaliste — qui dévalorise les biens essentiels à l'homme au profit du secteur tertiaire, le commerçant gagnant davantage en pesant des fruits que l'agriculteur en les produisant — constitue le principal obstacle à cette réconciliation dont l'une des bases devrait être la garantie d'un niveau de vie suffisant pour tous les agriculteurs dont la collectivité utilise les services.

*
* *

Lors de sa dernière session d'études, le Comité de Contact a émis le vœu que soit constituée une commission d'observation des prix où les constatations relevées par les services de la Communauté seraient discutées contradictoirement par les représentants, notamment des consommateurs, des producteurs et des distributeurs. La hausse croissante du coût de la vie justifie entièrement cette revendication. Pourtant, il faut admettre que la détermination des causes de cette élévation ouvre matière à controverse¹.

Cette tendance résulte de deux phénomènes : la pression exercée sur les ressources disponibles par une économie tendant à se rapprocher du niveau de l'emploi total ; la propension à répartir les gains de productivité au niveau de la production en limitant la part de ces avantages attribuée au consommateur final. Sans doute toute interprétation autre que sectorielle de chacun de ces phénomènes primerait-elle par généralisation abusive : la pression sur les ressources varie selon les branches et dans certains domaines le consommateur reçoit une large fraction des gains de productivité (ainsi, en plusieurs pays, secteur des appareils électroménagers). Cependant la totalisation des bilans sectoriels incline très souvent l'économie vers la hausse.

Normalement les deux mécanismes que je viens de citer additionnent leurs effets : pourtant on a vu en certains pays (États-Unis) les prix s'élever malgré le sous-emploi des ressources comme résultat d'une augmentation des revenus supérieurs aux gains de productivité. Dans ces conditions, on comprend que la démobilitation

¹ Il y a intérêt sous cet angle à consulter l'étude de FELLNEIR (W.) et al., *Le problème des hausses des prix*, Paris, O.E.C.E., juin 1961.

douanière — dont les [p. 464] intermédiaires prennent volontiers prétexte pour relever leurs marges en valeur relative — ce qui risque d'annuler directement le bénéfice de la baisse pour le consommateur — n'ait pas produit les effets de portée générale que l'on en attendait en quelques milieux.

Il me semble difficile de ne pas rapporter au fonctionnement du système capitaliste — tel que pratiqué actuellement — une responsabilité à la fois initiale et majeure dans le déclenchement de ces phénomènes. Et quand je dis « système capitaliste », il faut entendre ceux qui, en ce régime, détiennent les positions dominantes c'est-à-dire les propriétaires et les gestionnaires des moyens de production qui ont le pouvoir de décision. C'est en déclenchant l'activité productive de manière anarchique et sur la seule impulsion de la rentabilité privée que les chefs d'entreprises, prompts à se diriger vers les mêmes secteurs en y créant des goulots d'étranglement, provoquent cette pression sur les ressources humaines et matérielles qui déclenche l'élévation du prix de celles-ci. Et les mêmes conséquences ascensionnelles sont imputables au refus d'élargir les débouchés par des baisses de prix fondées sur les gains de productivité.

Mentionnons également toute une série de facteurs qui jouent dans le même sens au niveau de la distribution (clauses d'exclusivité, prix imposés, largeur des marges commerciales, publicité, alignement des firmes sur la politique de la firme dominante, y compris quand celle-ci ayant sa principale activité hors de la C.E.E. voit seulement dans le Marché Commun une occasion de profits supplémentaires...). Il arrive — on l'a vu à plusieurs reprises ces dernières années — que pour pénétrer sur un marché, le vendeur, plutôt que de chercher à s'imposer par un prix plus bas accorde aux revendeurs une marge de distribution plus élevée afin de les inciter à vendre de préférence le produit considéré (attitude que les rivaux ne seront généralement pas longs à adopter pour leur compte).

Un tel système provoque presque nécessairement le renchérissement il ne saurait conduire qu'exceptionnellement à des baisses importantes. L'ouverture des frontières a provoqué quelques situations de ce type — ainsi secteur textile : il est douteux qu'une fois la première surprise passée, les producteurs, en dépit de l'art. 85 du Traité et du règlement n° 17, ne parviennent pas à trouver un *modus vivendi* et à choisir des conduites plus habituelles.

Le monde patronal a pour habitude de contester en bloc les analyses de cet ordre en attribuant au personnel et spécialement au syndicat la responsabilité exclusive de la double propension observée. Dans un pré-[p. 465] cédent chapitre, je n'ai pas contesté qu'il pouvait y avoir des contradictions entre les démarches syndicales et les intérêts de la consommation. Cependant, pour leur plus large part, les conduites ouvrières de cet ordre constituent une riposte à des manœuvres patronales préalables ou représentent un essai d'ajustement à des changements dans le contexte socio-économique. Dans la plupart des situations, les interventions syndicales ne portent que rarement la responsabilité du déclenchement des

phénomènes. Il se trouve simplement que, la fréquence et l'ampleur de ces conduites d'ajustement tendant à augmenter, l'exploitation des hommes en tant que travailleurs est désormais moins facile à effectuer qu'au début du siècle.

Le Comité de Contact incline à attribuer la cause de la situation actuelle en matière de prix aux obstacles qui entravent le jeu de la concurrence. C'est évidemment, vis-à-vis des pères fondateurs du Traité et des gardiens actuels du dispositif, une vue tout à fait orthodoxe. Il est simplement fâcheux pour la défense des consommateurs d'oublier que ces obstacles font organiquement partie du jeu capitaliste actuel et que les meneurs de celui-ci sont assez puissants pour infléchir le comportement des travailleurs dans un sens finalement favorable au régime établi. À moins de partir de cette constatation élémentaire et d'en tirer les conséquences nécessaires — lutte pour l'installation d'un planisme authentique — la Commission d'observation des prix risque de ne faire ni grand mal aux producteurs ni grand bien aux consommateurs. Si l'on veut réellement que les choses changent, il ne faut pas, craindre d'aller plus loin sur la voie des transformations structurelles.

IV. PERSPECTIVES

[Retour à la table des matières](#)

Un premier trait frappe l'observateur des mécanismes et politiques communautaires : la supériorité des forces patronales dans tous les domaines et à tous les niveaux (force contractuelle sur le marché et capacité d'influence vis-à-vis de l'appareil public de commandement). Nous nous sommes rendu compte de ce phénomène en étudiant le problème des additifs alimentaires à propos duquel la position des services communautaires — commencer par le détail en reculant l'heure des décisions de principe — rejoint les desiderata de l'industrie. Mais c'est là une situation de portée tout à fait générale. Dans la phase actuelle, et compte tenu du [p. 466] pouvoir économique et de l'influence dont ils disposent, les industriels et les financiers ont en main les rênes de l'Europe économique. Et l'absence d'un pouvoir politique compensateur garantit aux forces patronales un espace de manœuvre et d'action beaucoup plus large que celui dont elles jouissaient avant l'instauration du Traité.

Dans cette perspective, le transfert de compétences des gouvernements nationaux au centre supranational favorise incontestablement les groupes ou milieux capables de s'organiser et d'agir à ce niveau (ce qui n'est pas le cas des syndicats ouvriers : absence de grèves à l'échelon européen). Par ailleurs, compte tenu des réticences du Traité de Rome à l'égard des interventions publiques, il peut en résulter que les compétences perdues par les gouvernements nationaux ne soient pas reprises par les autorités de Bruxelles. Globalement, la mise en œuvre du

Marché Commun pourrait ainsi se traduire par une baisse nette du contrôle public sur les affaires et une diminution sensible de la poussée vers le socialisme. En somme, sur la base des dispositions du Traité, le Marché Commun doit avoir ou risque d'avoir pour conséquence de réduire l'intervention économique de l'État et de libérer l'industrie de plusieurs des servitudes pesant sur elle au niveau national ¹.

Le pouvoir économique patronal constitue le grand vainqueur de cette évolution. Tel est finalement le sens de l'expression l'« Europe des Affaires ». Ce pouvoir est encore renforcé par le puissant mouvement de concentration économico-financière qui se développe d'abord au niveau national puis au plan de l'espace communautaire. Les très nombreux accords de tous genres passés entre les firmes des pays de la communauté, généralement de façon bilatérale (par ordre d'importance décroissante : accords germano-français, italo-français, germano-italiens) constituent le signe sans équivoque d'une telle évolution. Plusieurs de ces accords concernent le secteur spécifiquement financier (maisons de crédit, sociétés d'investissement...).

Observons aussi la pénétration dans le marché des intérêts capitalistes étrangers qui accroissent la poussée de l'influence patronale dans son ensemble. Firms américaines d'abord, toutes les grandes et moins importantes aussi étant désormais présentes. Mais aussi firms anglaises, firms suisses (en particulier entreprises chimiques et pharmaceutiques de Bâle). Au total, nous assistons à une croissance du pouvoir économique privé qui, malgré divers efforts de la Commission pour le contrôler, s'épanouit dans un état de relative quiétude par manque d'un pouvoir politique à sa taille — le pouvoir patronal s'affirmant aussi bien à l'égard des autorités publiques que vis-à-vis des syndicats.

[p. 467] Or, quand elles se préoccupent d'assurer l'ordre du marché et le respect de la concurrence, les organisations de consommateurs se situent au plan même où évolue le monde patronal ou, si l'on veut, s'inspirent en gros des mêmes sources doctrinales. Que patrons et consommateurs diffèrent sur les impératifs et les implications de la concurrence importe peu ici. Le trait essentiel est qu'ils se réfèrent tous deux au même univers idéologique. Est-il besoin de dire que sur ce terrain ou en ces termes, les consommateurs seront toujours copieusement battus ? Admettons que ceux-ci ont une excuse : tel qu'il a été construit, le Traité de Rome ne leur assure pas d'autre champ de bataille ou, plus exactement peut-être, d'autre manière de se battre. C'est le risque bien connu de l'engrenage dont on ne peut plus se tirer une fois qu'on en a accepté le principe.

¹ Voir à cet égard le chapitre II de l'intéressant ouvrage de DELL (S.), *Trade blocs and common markets*, Londres 1963, pp. 40-74. Selon lui c'est la prise de conscience de cette situation qui aurait conduit le gouvernement conservateur britannique à rechercher l'entrée dans le Marché Commun.

On a pu se demander à une certaine époque si la situation que je viens de décrire n'était pas susceptible de connaître quelques transformations. Ce fut en octobre 1962, quand la Commission établit un mémorandum sur le programme d'action de la Communauté pendant la deuxième étape. Ce document évoquait l'idée d'une sorte de programmation européenne ou plus exactement de programme communautaire à l'élaboration duquel participaient les grandes forces économiques de la Communauté. Vu de plus près, ce document ne tenait guère les promesses que l'on avait pu placer en lui sur la foi des premières déclarations. Les divers éléments susceptibles d'être introduits dans le programme consolidé se rapportaient exclusivement à des problèmes de la production et, parmi les grandes forces économiques à consulter, le document, s'il mentionnait « industriels, ouvriers et employés, agriculteurs, producteurs, indépendants, etc. ... », omettait tout simplement de parler des consommateurs. Même si l'on avait fait aux représentants de ceux-ci la toute petite place habituelle sous le chapeau « etc. ... » l'optique serait demeurée essentiellement professionnelle.

Au surplus, ces vastes projets ont finalement abouti à un résultat bien modeste : la présentation en date du 26 juillet, 1963 d'une recommandation de la Commission au Conseil portant sur la politique économique à moyen terme de la Communauté ¹. La Commission propose bien l'institution d'un Comité de politique économique à moyen terme auquel les États membres et la Commission nommeraient chacun deux membres : mais il est précisé que les représentants des premiers seraient choisis parmi les hauts fonctionnaires responsables de la politique économique générale dans leur pays.

Les représentants des consommateurs, quand ils expriment leurs griefs à l'égard des services du Marché Commun, insistent volontiers sur l'in-[p. 468] suffisance de la place qui leur est faite dans les comités consultatifs. Les critiques les plus sévères se plaignent que la participation des consommateurs soit de pure forme, les informations communiquées étant incomplètes et les dossiers étant transmis avec trop de retard pour permettre une étude sérieuse. Ainsi les consommateurs se trouvent-ils souvent dans l'impossibilité de consulter des experts ou techniciens dans les divers pays de la Communauté, ce qui serait pourtant nécessaire vu la complexité des problèmes traités. De tels griefs sont certainement fondés mais il ne serait sans doute pas impossible d'y porter remède avec une bonne volonté réciproque. Par contre, il ne saurait en aller de même avec l'aspect productiviste du Traité qui constitue le point essentiel de l'expérience et qui commande la hiérarchie des influences auprès des services de la Communauté.

¹ Le texte en a été publié in Supplément au *Bulletin de la Communauté Économique Européenne*, 1963, n° 8, pp. 13-22.

*
* *
*

On indique volontiers que les avantages apportés par le Marché Commun sont capables de susciter et de consolider des attitudes favorables à l'intégration européenne. Bien que fréquemment avancée, cette proposition n'a guère fait l'objet jusqu'à présent de commentaires approfondis. En réalité pour en établir le bien-fondé de manière indiscutable, il faudrait montrer d'une part que les ressortissants de six pays attendent expressément du Marché Commun la réalisation de tels avantages, d'autre part que l'expérience leur a valu ou est susceptible de leur valoir ces améliorations. S'il en allait bien ainsi sur ces deux points, on pourrait admettre que la conquête des avantages attendus a chance de renforcer le courant favorable à la construction européenne. Mais peut-on tenir pour acquis les deux termes du raisonnement ?

Nous disposons désormais pour l'étude du premier point des résultats d'une enquête internationale auprès du grand public dans les six pays¹. Parmi les questions soumises, celle qui nous intéresse directement portait sur la détermination des objectifs de l'unification européenne dans l'esprit de ses partisans (texte de la question posée : « pour quelles raisons pensez-vous qu'il faut faire l'Europe »). Les personnes interrogées ayant été laissées libres d'avancer les mobiles de leur choix (technique des « réponses spontanées ») plusieurs motivations ont été présentées parmi lesquelles, en des proportions d'ailleurs différentes, le développement de l'économie et l'amélioration du bien-être individuel.

Le sentiment qu'il faut unifier l'Europe pour assurer l'expansion de la production des richesses et que cette construction représente le stimulant nécessaire se trouve souvent exprimée par les intéressés (19% [p. 469] en Belgique, 17% en Allemagne, 15% en Italie et en France, 10% au Luxembourg) mais c'est surtout aux Pays-Bas que cette motivation est répandue (32%) au point de dominer toutes les autres. Quant au souci d'élévation du niveau de vie individuel il est la motivation principale des partisans italiens (20%) : par contre, cette idée est relativement peu importante dans les autres pays (Belgique 10%, Pays-Bas 9%, France 8%, Allemagne et Luxembourg 3%).

Sans attribuer à ce genre d'enquête une importance décisive, il est intéressant d'observer que pour l'Allemagne et la France plusieurs mobiles précèdent l'augmentation du bien-être individuel (ainsi, sans oublier le développement des

¹ Il s'agit d'une enquête menée pour le compte de la Communauté par le Groupe Gallup International. Elle a été réalisée simultanément auprès d'échantillons représentatifs des populations de chacun des six pays par quatre instituts de sondage (pour la France, l'Institut Français d'Opinion Publique). Les interviews effectuées en février et mars 1962 ont touché 6 334 personnes (dont 1 518 en France). Les résultats en ont été publiés in *Sondages*, 1963, n° 1.

économies nationales, la sauvegarde de la paix, le souci de survivre et d'« être forts », un désir de rapprochement et d'union des peuples). On peut en déduire que dans l'esprit des ressortissants des Six pays, le souci d'unification de l'Europe relève de motivations complexes parmi lesquelles le mobile du bien-être individuel ne prédomine pas. Notons cependant que les mêmes personnes interrogées sur les espoirs qui seraient les leurs une fois l'Europe faite, ont donné une bien plus grande importance à cette motivation.

En d'autres termes, le désir d'un mieux-être des consommateurs ne paraît pas compter parmi les grands motifs qui poussent les Européens vers l'unité (peut-être parce qu'un tel bien-être semble résulter spontanément de la conjoncture présente). Mais si l'opération se fait, un grand nombre entretient l'espérance d'une telle amélioration. La différence risque de passer pour un peu subtile mais, au moins sur le papier, elle paraît correspondre à deux séries de positions différentes.

Le Marché Commun est-il en mesure de satisfaire un tel espoir ? La question, nous l'avons vue, est complexe. Actuellement les ressortissants des six pays jouissent d'une amélioration du niveau de vie et des conditions d'existence mais ceux des pays voisins reçoivent des avantages analogues. Il est difficile d'apprécier la part propre du Marché Commun dans cette évolution, les rares études disponibles suggérant d'en faire une évaluation plutôt modérée.

Au surplus, quand on discute de l'amélioration du bien-être, on doit se demander de quel type de satisfactions il s'agit. Tout semble désormais se passer comme si le destin de l'Europe était de reproduire avec un décalage de quelques dizaines d'années le schéma d'évolution de la société américaine. Le fait est apparent dans l'ordre de la distribution commerciale, les Américains estimant que dans ce domaine les Européens en sont aujourd'hui au point où ils se trouvaient eux-mêmes vers les années 1920. On pourrait présenter des remarques analogues à [p. 470] propos de bien d'autres secteurs (taux de motorisation par exemple). Il ne semble pas que beaucoup de personnes, au sein de la Commission et des groupements de consommateurs, se préoccupent de savoir s'il s'agit d'une évolution optimale. Les dirigeants responsables ont déjà tant à faire au titre des problèmes immédiats que l'on peut hésiter à leur faire personnellement grief de ne pas attacher suffisamment d'importance à ces questions. Et pourtant on ne devrait pas oublier que les attitudes prises aujourd'hui vis-à-vis de l'emploi du revenu social engagent l'avenir de manière grave. L'américanisation de l'Europe n'est pas comme on feint, parfois de le croire, un simple problème de présentation ou de vente des articles. En réalité c'est tout le destin de notre civilisation qui est en jeu — une civilisation qui périra sans aucun doute si nous ne savons trouver par rejet du culte de l'argent des formules originales d'adaptation au progrès technique.

*
* *

Admettons à regret que le Traité de Rome n'autorise pas la constitution d'organismes ou la formation de mécanismes, qui permettraient, sinon de transformer le régime existant, du moins de s'évader de quelques unes de ses implications. Si l'on veut bien éviter les pudeurs terminologiques, la promotion de l'économie de marché auquel se voue le Traité, c'est essentiellement la défense de l'ordre capitaliste — qui s'exprime en particulier par le triangle magique du plein emploi, de la stabilité de la monnaie et de l'équilibre des comptes extérieurs. Or, à ce jeu, si favorable à la consolidation et à l'expansion des profits (les exigences du triangle constituant un argument idéal à l'encontre des revendications salariales), le consommateur, avec ou sans législation anti-trust, est perdant en bien des occasions. Dans le meilleur des cas — accélération du progrès économique — il subira les aliénations de la civilisation du *gadget*, ayant seulement pour vocation d'offrir un exutoire à une production inspirée par le seul souci de capter la demande solvable et d'en tirer profit.

Il est juste de répéter que la Communauté ne saurait se différencier de ses membres dans le choix de ses options économiques et sociales. Ramenés ainsi au niveau national, nous allons voir s'il serait possible et quelles conditions de faire prévaloir une autre idée de la consommation et, partant, un autre mode de défense des consommateurs.

[p.471 à 473 notes de fins qui ont été converties en notes de bas de page, p. 474, sans texte.]

[p. 475]

TITRE V *

consommation et politique

[Retour à la table des matières](#)

On emploie parfois, pour désigner les sociétés économiquement développées, l'expression « société de consommation » ou « société de consommateurs », cette terminologie suggérant que désormais, sous réserve d'avoir la capacité d'achat nécessaire, les hommes sont en mesure d'obtenir instantanément les biens et services désirés. Si, comme je le crois, le trait majeur de nos sociétés est la coexistence d'un gaspillage frénétique des ressources et d'une impuissance à satisfaire des besoins essentiels, ce mode de désignation appelle immédiatement d'expresses réserves.

Que la reconnaissance de cette philosophie sociale soit explicite ou implicite, le plus grand nombre d'organisations de consommateurs tend à identifier l'amélioration du bien-être général avec une augmentation de la production des biens et des services — cet accroissement leur paraissant être la condition nécessaire et suffisante pour une élimination des formes les plus dégradantes de la pauvreté. Dans l'ensemble, ces groupes n'éprouvent guère de réticences ou d'appréhensions à l'égard de cette course à la consommation privée qui caractérise notre époque. Autrement dit, l'abondance, sans que l'on se pose trop de questions au sujet de son contenu et de ses modalités apparaît comme le remède souverain aux difficultés et contradictions sociales. Parmi les rares exceptions à cette tendance, je mentionnerai la position prise par le mouvement coopératif français lors de ses derniers congrès en faveur de la couverture la plus large des besoins fondamentaux des hommes et du développement des investissements sociaux collectifs.

* [Les numéros entre accolades réfèrent aux numéros de pages de l'édition de papier, MB.]

Cette préférence générale pour une conception en quelque sorte productiviste de la défense du consommateur est en rapport étroit avec la nature et la vocation de ces groupes : protection indifférenciée et indistincte des consommateurs sur une base prétendument apolitique. Dans cette perspective, il serait difficile à ces groupements, en supposant qu'ils le souhaitent, de se prononcer en faveur de programmes discriminants dont l'établissement suppose inévitablement que l'on refuse de prendre la demande solvable comme le critère exclusif ou fondamental de la distribution des forces productives (le mouvement coopératif pouvant, par contre, en vertu de son idéal socialiste, accepter le principe d'une telle transformation).

L'an 2000 est à la mode ¹. N'étant pas devin, j'ignore absolument si les propositions qu'à la suite de plusieurs autres j'entends présenter ici ont la moindre chance d'être adoptées. Les groupes de consommateurs donnent l'impression qu'il est possible d'améliorer substantiellement la position des consommateurs sans porter atteinte aux structures sociales et, singulièrement, aux rapports de production. Tout ce que j'ai appris au cours de cette recherche m'incline à rejeter cette manière de voir.

¹ Comme le montre, entre plusieurs autres, l'ouvrage traduit de l'allemand et récemment publié de BAADE (F.) *La course à l'an 2000*, Notre avenir : un paradis ou l'auto-destruction de l'humanité, Paris 1963.

[p. 477]

CHAPITRE XV

QUELQUES PROPOS SUR L'OPULENCE

[Retour à la table des matières](#)

AYANT DÉJÀ ÉTUDIÉ ces problèmes dans un précédent ouvrage ¹ je me bornerai ici à quelques remarques indispensables pour légitimer les positions prises dans la suite de ce chapitre. Bien qu'elles se situent dans la ligne de mes réflexions antérieures, ces observations sont certainement plus rigoureuses que les précédentes vis-à-vis des phénomènes analysés. L'indécence avec laquelle on tente d'implanter dans l'esprit des Français ce qu'il faut bien appeler le mythe de l'opulence ² n'est pas étrangère à cette sévérité dont, au surplus, le passage de l'étude livresque à l'enquête sur le terrain consolide le fondement.

I. DÉVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION

C'est le point de départ inévitable de tout essai de réflexion sur ce thème. Liée à l'industrialisation, cette expansion est trop connue pour qu'il soit utile d'en expliciter ici les mécanismes et les résultats. Encore faut-il observer que la mise en service progressive des techniques de l'automation, sous la seule réserve que les ressources naturelles ne fassent pas défaut, est de nature à augmenter considérablement la quantité des marchandises consommables.

Ma critique de la société dite opulente ne s'inspire nullement de cette accusation de matérialisme que formulent si volontiers les contempteurs de la vie sociale actuelle. Si Ruskin et Carlyle font partie de notre patrimoine intellectuel, on ne

¹ In *Destin des idéologies*, Lausanne 1961.

² Pour une courageuse dénonciation de ce mythe, voir le numéro spécial de *Citoyens* 60 (n^{os} 1 et 2 de 1963) sur « Socialisme et démocratie ».

saurait les tenir pour des maîtres à [p. 478] penser dans l'ordre des relations humaines. *La fureur de mieux vivre* pour reprendre le titre d'un intéressant ouvrage de J. Broizat¹ est entièrement légitime.

Observons au surplus, sans souci d'originalité, que cette libération des hommes à l'égard des besoins primaires de la vie est la condition sinon suffisante, du moins nécessaire de l'accès du plus grand nombre aux jouissances esthétiques et culturelles. M.E. Heath a eu raison de souligner que les jeunes générations britanniques, désormais débarrassées de la misère lancinante qui fut celle de tant de leurs parents durant les années 30 se pressent aujourd'hui en rangs serrés dans la Tate Gallery et le Festival Hall sans pour autant négliger les beautés de la nature dont, bien mieux que les générations précédentes, elles sont en mesure de profiter.

Pourtant la remarque à cet égard la plus saisissante est celle d'A. Malraux quand il a opposé les trois millions et demi de Parisiens qui « entrent chaque soir dans la fiction » aux trois mille qui, il y a un siècle, se rendaient quotidiennement au théâtre. Il est vrai cependant, pour reprendre les expressions du ministre, que s'il n'y a pas de culture sans loisirs, les loisirs ne sont pas toujours le moyen d'un enrichissement culturel².

Il est toutefois possible que le modeste enrichissement dont nous sommes les témoins ait des effets inquiétants sur les conduites des hommes et spécialement des travailleurs. A. Frisch a présenté à ce propos des considérations qui, bien qu'inspirées de l'exemple allemand, ont valeur d'avertissement³. Selon lui, la « société de consommateurs » se caractériserait notamment par le refus d'une formation professionnelle plus poussée, les jeunes préférant s'assurer les gains immédiats que leur vaut la pénurie relative de main-d'œuvre. Sur un autre plan, la tendance des patrons à lancer de très grandes séries à nombre limité de modèles et au plus bas prix possible aboutirait à une certaine dégradation de la qualité — évolution que faciliterait la propension des ouvriers à voir dans le travail non plus une source de satisfaction mais un simple moyen pour se procurer des biens de consommation. L'adoption du désir de consommer comme norme générale de conduite comporte certes des risques s'il est vrai que l'absentéisme individuel augmente au moment où l'ouvrier a satisfait un besoin déterminé (achat de la motocyclette ou de la petite voiture, paiement des meubles dans le cas du jeune couple...).

Autre tendance perceptible chez l'ouvrier allemand : le souci, qui s'affirme malgré une pénurie certaine de main-d'œuvre, d'obtenir le maxi-[p. 479] mum de temps libre pour les loisirs, ceux-ci étant tenus comme « le bien de consommation le

¹ Ouvrage publié à Paris, 1962.

² Dans une intervention à l'Assemblée Nationale. Texte in *Le Monde*, 12 novembre 1963, p. 2.

³ In « Dynamisme économique et climat social en Allemagne », *Bulletin Sedeis*, 1^{er} septembre 1962, n° 828, supplément I.

plus précieux et comme le confort le plus souhaitable » (loisirs qui, étant fort peu organisés, posent le problème de l'« abrutissement des masses »). Ajoutons que Frisch attribue une partie de ces conduites à l'effort épuisant des ouvriers allemands après la guerre pour sortir le pays de l'état d'écrasement dans lequel il se trouvait.

Les tendances ainsi évoquées, de manière plus impressionniste que statistique d'ailleurs, ouvrent certainement matière à inquiétude du point de vue du dynamisme et de l'efficacité de l'économie, spécialement sous l'angle de la compétition internationale. Mais si on les considère en termes humains, elles s'expliquent aisément et ne manquent pas de légitimité. Il est difficile d'accuser les travailleurs de manquer à leurs devoirs vis-à-vis de la collectivité si le renforcement de la capacité de production et de la position concurrentielle ont d'abord pour effet d'enrichir les patrons et ne leur profitent que très partiellement.

Les sociologues industriels ont depuis longtemps fait l'inventaire des difficultés que le machinisme apporte aux hommes. Mais précisément, la mécanisation leur vaut — ce qui n'était pas le cas des servitudes tout aussi écrasantes du travail artisanal — de plus larges facultés de consommation. Pourquoi se plaindre que les ouvriers se concentrent sur leurs facultés de consommation puisque l'expansion de celles-ci constitue aujourd'hui la principale ligne de défense du capitalisme — défense que même les partisans les plus fermes de ce système hésitent désormais à poser en termes moraux.

Certaines informations tirées des statistiques américaines montrent que l'automation est en train de modifier considérablement les données du problème. Elles portent sur les biens de consommation durables dont durant les années 1958-1962 les Américains ont acquis les quantités suivantes : 31 millions de récepteurs de télévision, 30 millions de nouvelles voitures, 19 millions de machines à laver, 18 millions de réfrigérateurs. Or, durant cette période, l'index des prix au détail de ces biens est demeuré relativement stable, la hausse enregistrée pour certains (automobiles) étant compensée par une certaine baisse en d'autres secteurs (télévision, réfrigérateurs, machines à laver).

Cette situation ayant été acquise en dépit d'une assez importante augmentation des salaires (de l'ordre de 15%) et sans que la marge de profit (taux de bénéfice pour chaque dollar du chiffre d'affaires après paiement des impôts) diminue, le seul facteur d'explication reste l'amélioration des conditions techniques de la production. Un point exprime bien ce perfectionnement : durant les cinq années étudiées, le niveau [p. 480] du personnel dans ces secteurs ne s'est élevé que de 6% tandis que le taux de production augmentait de 27%. Le montant de la production ayant cru plus vite que la masse des salaires versés, le coût du travail par unité produite a diminué.

À première vue, ces données inclinent à l'optimisme. Observons cependant que la relative stabilité de l'index des biens durables n'a pas empêché durant la même

période le coût de la vie de s'élever (d'environ 6% selon les indices officiels dont la propension à minimiser la hausse est bien connue). D'un autre côté, l'automation constitue au stade actuel une menace pour le niveau de l'emploi, l'économie éprouvant de sérieuses difficultés à absorber l'augmentation annuelle de la force de travail. Mais l'expansion de la production automatisée soulève des problèmes encore bien plus difficiles qui concernent la liberté de consommation et la capacité du marché d'absorber sans à coups les quantités produites. Ces deux problèmes sont assez graves pour justifier un commentaire.

J'ai déjà souligné que la production en masse est inconcevable si le consommateur ne témoigne pas d'une certaine docilité à l'égard des propositions qui lui sont adressées par les producteurs. C'est un fait que dans des conditions techniques de cet ordre, le flux des ventes ne saurait subir sans conséquences graves et parfois catastrophiques des écarts ou décalages importants. Les producteurs disent volontiers que les seuls biens pouvant être vendus sont ceux dont le marché a besoin mais il est beaucoup plus exact d'énoncer que les seuls biens pouvant être achetés sont ceux qui ont été produits. En apparence, cette dépendance de la consommation par rapport à la production se trouve atténuée dans les sociétés capitalistes par la variété et la multiplicité des produits. Mais ce lien de dépendance reprend sa vigueur si, au lieu de se concentrer sur les différences souvent superficielles qui affectent les diverses marques, on considère la nature et la finalité même des biens offerts.

À l'exception des biens indispensables à l'existence physique — et dont la part dans les budgets familiaux va déclinant, ce sont les groupes tenant les leviers de la production qui déterminent la nature des articles fabriqués et, pour en assurer l'écoulement, s'efforcent d'intégrer dans le système culturel la finalité que ces biens sont censés assurer (l'automobile comme symbole de statut social). Ajoutons que dans la mesure où elle dépend de la technologie, cette dépendance risque de se manifester aussi dans les sociétés collectivistes à mesure qu'elles progresseront sur la route de l'abondance ¹.

Dans les économies de type traditionnel où la production s'effectuait [p. 481] en une assez large mesure au sein de l'unité familiale, la liberté de consommation dépendait de la latitude dont disposait chaque unité pour l'aménagement des activités de production. Totale en apparence, cette liberté était cependant fortement réduite par la faiblesse ou l'absence d'élasticité qui affectait la production (médiocrité des ressources disponibles et obligation d'en affecter la plus large partie à la couverture des besoins physiques les plus élémentaires). Sous un régime d'économie moderne, une autre sorte d'inélasticité de la production — celle qui

¹ Voir sur ces problèmes les intéressantes remarques de GALLINO (L.), *Indagini di sociologia economica*, Milan 1962 (spécialement chapitre III).

résulte de l'intervention des techniques industrielles de la production en grande série — affecte la liberté de consommation.

En raisonnant abstraitement on aurait pu imaginer que les exceptionnelles facilités ouvertes par l'irruption de la technique dans la vie économique aient pour résultat de donner une signification réelle à la liberté de consommation, celle-ci ne pouvant intervenir que si l'homme est en mesure de prendre un recul suffisant par rapport aux exigences élémentaires de l'existence. L'observation de nos sociétés établit au contraire que l'efficacité des agencements techniques est subordonnée à l'exercice d'une sorte de tutelle des décisions du consommateur.

Dans la mesure où elle ne peut que renforcer et développer les pratiques attachées à la production en grandes masses, l'automation est susceptible de réduire encore la marge réelle de liberté dont disposent les consommateurs à l'égard des offres faites par les producteurs. Nous avons finalement dû nous résigner à l'idée, discernable dès le début de la civilisation industrielle, qu'il revient à un nombre toujours plus petit de personnes de déterminer la nature, le type, la forme et la quantité des biens à produire et à offrir au consommateur. Encore qu'il soit préférable de n'en pas dissimuler les considérables difficultés, la planification démocratique constitue le seul moyen connu de remédier en quelque mesure à cette situation (un effort loyal devant être tenté pour associer les représentants des consommateurs à l'élaboration des choix)¹. Actuellement la sélection faite présente le double défaut, majeur à mon avis, de correspondre à des calculs de rentabilité privée et de dépendre d'une structure sociale fondamentalement inégalitaire. Ce serait certes un grand progrès sur le plan humain si dans une société plus égalitaire, c'est-à-dire une société où la recherche de l'égalité ne serait pas un simple rideau de fumée pour dissimuler les privilèges, le choix des besoins à satisfaire — et l'on dispose désormais en ce domaine d'une assez grande latitude grâce au progrès technique — était arrachée aux impératifs du profit privé.

Qu'on accepte le fait ou s'insurge contre lui, l'écoulement de la pro-[p. 482] duction en masse dans un régime de marché exige un certain conditionnement du consommateur dont la publicité est, avec les mécanismes généraux de l'imitation un instrument essentiel. Mais un autre problème se pose alors : celui de la capacité d'absorption, cette capacité comportant à la fois des éléments de volonté d'achat

¹ L'idée fait son chemin. Déjà réclamée en France, l'association des consommateurs à la planification est aussi revendiquée en Italie par l'Unione Nazionale Consumatori. Celle-ci vient de se prononcer publiquement (début mars 1964) en faveur d'une politique de la consommation qui se réalise par des interventions dans l'ordre de la répartition des forces productives. L'Union souligne à juste titre que tout programme équilibré de développement doit avoir pour objectif final le relèvement du bien-être de l'ensemble des consommateurs. Il n'est pas possible d'y voir clair si le programme omet d'indiquer la structure et le niveau des consommations à atteindre. En conclusion, le groupe se déclare prêt à prendre une part de responsabilité dans l'élaboration de la *programmazione* (qui pour l'Italie en est encore au stade des travaux préparatoires).

liée aux résidus de la liberté de consommation et de possibilité d'achat en rapport étroit avec la situation financière des intéressés. Or, périodiquement, les spécialistes américains du *marketing* éprouvent la crainte que la capacité de production n'en arrive à dépasser la capacité de consommation — appréhension que semble justifier le fait que la plus grande partie des usines de ce pays seraient capables de produire en neuf mois les marchandises qu'elles peuvent espérer vendre en un an.

Aujourd'hui l'on redoute de nouveau une tendance à la stabilisation de la demande des biens de consommation durables et semi-durables (y compris les vêtements) — tendance qui trouverait son origine dans le fait que la relative stabilité des salaires observée depuis quelques temps dissuaderait les familles d'accroître le poids de leur endettement. Il est vrai que des commentateurs optimistes jugent que plusieurs facteurs (relance des dépenses publiques, besoins en équipements industriels, nouveaux investissements du fait de l'automation, réduction des impôts que vient d'accorder le Congrès...) sont susceptibles de prolonger l'expansion.

Cette réserve éventuelle des Américains à l'égard des offres des producteurs peut certes trouver son origine dans une résistance aux séductions du *marketing*, les techniciens de la publicité et de la vente éprouvant, au moins de manière temporaire, des difficultés à obtenir la ratification par les acheteurs des décisions de produire assumées par les entreprises. Il se peut aussi que ces réticences aient leur source dans une certaine saturation des consommateurs. Mais dans la mesure où la capacité de consommation d'un peuple dépend étroitement de la structure de la distribution des revenus, on doit se demander si, après tout, les insuffisances dans la volonté d'achat ne découlent pas également d'insuffisances dans les possibilités d'achat — les séductions de la publicité perdant toute influence dès lors que l'argent nécessaire fait défaut. L'une des causes de la situation n'est-elle pas l'insuffisance des baisses effectuées au titre du progrès technique ?

[p. 483]

II. PAUVRETÉ ET INÉGALITÉ DANS LES SOCIÉTÉS INDUSTRIALISÉES

[Retour à la table des matières](#)

Il est difficile de juger avec détachement les affirmations relatives à la quasi-disparition de la pauvreté dans le monde contemporain. En réalité nous vivons dans des sociétés où il devient habituel et même de bon ton de bafouer la pauvreté ¹. Pourtant de temps à autre, une voix courageuse s'élève pour dénoncer le nouveau conformisme par lequel les riches s'efforcent aujourd'hui d'obtenir que les pauvres acceptent leur misère. Tel est, parmi un petit nombre de manifestations semblables, un récent éditorial du *Times* qui, en dépit ou à cause de sa modération, remet correctement les choses en place ².

Le point à ne pas oublier, écrit l'éditorialiste, est que si la société opulente signifie la nation dans son ensemble, la Grande-Bretagne n'en est pas une. Il y a encore indiscutablement des riches à un bout de l'échelle sociale. Il est vrai que l'on trouve dans les couches moyennes une très grande quantité de gens qui ont une situation bien meilleure qu'à aucune autre époque de l'histoire. Mais à l'autre bout de l'échelle il y a toujours beaucoup de parcimonie et de pénurie. Il est possible qu'aujourd'hui relativement peu de monde vive en Grande-Bretagne dans un état de pauvreté absolue ³. Le nombre de ceux qui souffrent de la faim n'est plus très grand. Cependant il y a une quantité de familles pour lesquelles la vie est sévère ou menaçante. En réalité il n'y a aucun pays, y compris les États-Unis, qui ait trouvé le moyen de garantir l'opulence à l'ensemble de ses ressortissants.

Sur la base des brillants exposés de J.K. Galbraith, qui n'ont pas fait l'objet d'une critique assez rigoureuse, nous avons été enclins à considérer que la pauvreté ne constitue plus aux États-Unis qu'un phénomène marginal. Or, les plus récentes statistiques montrent qu'il s'agit là d'une attitude beaucoup trop optimiste. Sans

¹ Ainsi le *U.S. News and World Report*, 24 février 1964, p. 98, suggère-t-il que le manque d'intelligence (*brain power*) constitue l'une des grandes causes de la pauvreté. On peut ainsi penser que le phénomène trouve son origine dans le fait que des millions d'Américains sont arriérés (*laggards*). Mais la richesse, notamment quand elle vient par héritage, est-elle donc un brevet de valeur intellectuelle ?

² « After affluence », 4 juillet 1963, l'article constituant une critique des prétentions conservatrices d'avoir apporté la richesse au pays. Selon un rapport récent (le 15^e rapport annuel) du Family Service Units, le nombre des familles de travailleurs dont les revenus se situent au-dessous du minimum vital (*scales of need*) fixé par le National Assistance Board reste considérable : au cours des dernières années il aurait plutôt eu tendance à augmenter qu'à décroître.

³ Sur la « ligne de pauvreté », telle que formulée notamment à propos des fameux surveys de York, voir PAGANI (A.), *La linea della povertà*, Milan 1960.

doute la pauvreté est-elle une affaire relative et il est possible qu'aux États-Unis l'on figure parmi les pauvres tout en disposant d'un véhicule à moteur. La seule manière juste de la définir est sans doute d'y voir l'impossibilité pour l'individu d'obtenir le minimum quantitatif et qualitatif de nourriture, de logement, de soins de santé et d'éducation qui fait partie du standard ou mode de vie du pays considéré. Chaque société tend ainsi, compte tenu de ses connaissances technologiques et de ses ressources propres, à dresser une sorte d'état des besoins dont la satisfaction paraît légitime [p. 484] aux membres de la communauté. Dans Un pays développé, on s'attend par exemple à ce que les rayons d'une pharmacie soient garnis de tous les remèdes existants, le souhait de les acquérir étant tenu pour une aspiration légitime. En raisonnant de la sorte, on estime qu'aujourd'hui une famille américaine sur cinq vit en état de pauvreté, cette proportion s'élevant encore si l'évaluation inclut ceux qui subissent des privations. Sans doute le niveau auquel les autorités officielles fixent la ligne de pauvreté (revenu monétaire familial inférieur à 3 000 dollars par an) constituerait-il un idéal inaccessible pour la majeure partie de l'humanité. Et, la pauvreté américaine n'est, en aucune façon, assimilable à la pauvreté indienne. Mais dans le contexte américain — c'est-à-dire dans une société dont le revenu national dépasse les 600 milliards de dollars — une famille disposant de moins de 3 000 dollars par an peut être tenue pour pauvre. Or en 1962, environ 9 300 000 familles ont reçu moins — situation que des commentateurs américains eux-mêmes n'hésitent plus à qualifier d'« humiliation nationale ».

Il y a donc pour reprendre l'expression de Mauro Calamandrei une « Amérique des pauvres » dont on doit souligner que l'importance relative au sein de la population a sensiblement décru durant les dernières années¹. Pour chaque centaine de personnes qui en font partie, on compte 37,2% de gens habitant dans le Sud, 18,3% de chômeurs, 16,2% de personnes âgées, 16,2% de non-blancs, 12,1% de paysans. Quant aux familles dont le revenu se situe au-dessus de la ligne la plupart d'entre elles bien que jouissant d'un niveau de vie suffisant ou satisfaisant, ne connaissent pas l'opulence (du moins dans le sens que notre langue attache à ce terme). Beaucoup sont propriétaires de leur maison — généralement payée en de

¹ « C'é anche un' America dei poveri », reportage publié dans *Il Giorno*, 22, 24, 25, 27 et 31 mai 1963. Cette situation explique l'institution du Food-Stamp Plan qui permet d'effectuer des distributions gratuites de vivres (prélevées sur les produits en surplus). Pour une brève analyse des bénéficiaires et des modalités de ce plan, voir *U.S. News and World Report*, 16 octobre 1961, pp. 94-98. Pour une vue d'ensemble de ces problèmes, voir HARRINGTON (M.), *The other America Poverty in the United States*, New York 1961 (republié en 1963 dans les Penguin Books), et MYRDAL (G.), *Challenge to affluence*, Londres 1963. Les grands hebdomadaires ne craignent pas de s'attaquer au problème. Voir par exemple *Newsweek* du 17 février 1964 dont la couverture porte le titre « Poverty U.S.A. ». Paradoxe de la situation : en fixant à 3 000 dollars la ligne de pauvreté, la majorité des chômeurs, du moins ceux touchant les allocations officielles, n'entrerait pas dans la catégorie des pauvres tandis que la majorité de ceux-ci serait composée d'hommes exerçant une activité très peu lucrative.

nombreuses annuités. Mais cet effort financier -- joint à celui requis par l'équipement ménager et automobile — les met hors d'état d'épargner assez pour affronter sans difficultés particulières les frais d'une maladie grave ou la charge d'études supérieures pour leur progéniture.

Dans cette société riche en effet il n'y a pas de service national de santé ou quelque institution qui s'en rapproche et dès lors même une famille jouissant normalement d'un revenu confortable peut être conduite à la ruine par une affection ou une indisposition sérieuse de son chef. L'administration Kennedy avait inscrit à son programme une modeste expansion de la sécurité sociale en ce domaine mais, sous l'influence conjuguée du puissant lobby des médecins et des assureurs privés (qui tirent profit du placement de contrats « santé » fort coûteux et imparfaits), le Congrès en a bloqué la réalisation. Quant aux droits d'inscription [p. 485] dans les universités, ils varient selon le statut et la qualité des établissements (allant en fait de 500 à 1 500 dollars par an) : pour les étudiants non-bénéficiaires de bourses, c'est une lourde charge.

En définitive, plusieurs points nous induisent généralement en erreur quand nous tentons d'évaluer à partir de l'Europe le niveau de vie américain. En premier lieu, le fait que nous considérons comme typique de ce niveau le mode d'existence de la partie privilégiée de la population : on ne saurait, certes, ignorer le rêve nord-américain d'un paradis sur terre mais le nombre des élus reste limité. En second lieu nous oublions que très souvent l'acquisition de ces éléments de confort repose sur un endettement qui pèse lourdement sur le salaire et affecte gravement le niveau de vie réel. Il suffirait d'une crise un peu sérieuse pour faire éclater le caractère assez fragile de ce bien-être. Enfin, l'expansion de la consommation privée tenue pour un symbole du statut social (l'homme étant jugé d'après le nombre et la qualité des choses qu'il possède) ne s'accompagne pas d'un égal empressement pour les besoins sociaux (instruction, santé publique, sécurité sociale) qui restent partiellement négligés ou demeurent à la charge de l'individu.

L'appel à la philanthropie des hommes d'affaires et à la charité du public pour l'accomplissement de tâches qu'il est du devoir le plus élémentaire de la collectivité d'assumer (entretien d'hôpitaux ou d'universités) — système qui donne bonne conscience aux nantis sans leur coûter très cher grâce au jeu des déductions fiscales — est une caractéristique notoire de cette société. Ce trait est à retenir car il illustre parfaitement que le progrès technique n'engendre pas nécessairement le progrès social.

L'une des idées de base de Galbraith est que, sur la base de l'expérience ancienne, les Américains attachent aujourd'hui trop d'importance aux problèmes de la production. Cette vue a été récemment contestée par G. Myrdal qui lui a reproché d'entretenir une vue trop complaisante ou optimiste sur la situation réelle de ce pays. Malgré sa puissance et l'abondance de ses ressources, la nation américaine nous dit Myrdal n'est pas une société opulente et il est dès lors profondément

regrettable qu'au cours des dernières années elle ne soit pas arrivée à réaliser un taux de croissance satisfaisant. Myrdal estime que si les États-Unis ne parviennent pas à retrouver un plein dynamisme économique — ce qui selon lui implique un taux de croissance de 5% leur position politique et morale dans le monde s'effondrera ¹.

L'extension à l'Europe de la notion d'opulence — l'un des chevaux de bataille actuels des partis conservateurs — correspond à une pratique relativement récente et qui est encore fort loin d'être entrée dans les [p. 486] mœurs. Bien que le procès de telles comparaisons ne soit plus à faire, le niveau de vie des Européens de l'Ouest n'atteint dans la meilleure des situations que 60% de la moyenne américaine. Certes des gains ont été acquis au cours des dernières années dont la teneur varie d'un pays à l'autre mais il nous est facile de voir qu'en moyenne cet enrichissement demeure modeste.

J'ai déjà évoqué le cas de la Grande-Bretagne où depuis 1950 s'est développée une certaine opulence qui doit beaucoup au modèle américain (ainsi le fait que les Britanniques se soient transformés en un peuple de débiteurs). Le nombre des voitures est passé de 2 500 000 en 1951 à près de 6 000 000 en 1961 (les estimations faites pour 1970 étant de 15 000 000). Les standards alimentaires se sont améliorés (la consommation de viande, de fruits, de sucre et de nourriture manufacturée s'étant accrue au détriment de celle de pain et de céréales). L'emploi des femmes s'est considérablement développé, spécialement en ce qui concerne les femmes mariées (une sur trois exerçant aujourd'hui une occupation contre une sur dix en 1931 et une sur quatre en 1951). Il en résulte un accroissement des ressources des ménages et un développement, qui ne va pas sans contre partie, des facultés de consommation. L'incitation à l'achat est encore intensifiée par l'expansion des formes modernes de la distribution commerciale : de 1956 à la fin 1962 on a construit 825 supermarchés.

Cependant la pauvreté est toujours présente et conserve des dimensions que, selon les commentateurs britanniques eux-mêmes, une *self-respecting democracy* ne devrait pas tolérer. Alors que selon le plan Beveridge le National Assistance Board ne devait jouer qu'un rôle résiduel au bénéfice de ceux tombant exceptionnellement au-dessous de la protection assurée par le Welfare State, aujourd'hui encore, de deux à trois millions de personnes dépendent pour leur existence des maigres

¹ Dans son récent message sur l'état de l'Union (janvier 1964) le président Johnson a manifesté l'intention d'introduire dans le budget fédéral des mesures tendant à réduire le nombre et l'ampleur des situations de pauvreté. Cependant, il s'agit d'un programme initialement modeste, le but étant seulement de déterminer, grâce à des expériences-pilote, les moyens les plus efficaces d'assurer cette élimination. Il est tout de même grave que dans un pays disposant d'un produit national brut aussi large, les spécialistes tiennent pour un objectif non réaliste la disparition de la pauvreté dans un délai de quelques années. Le Président a nommé un administrateur spécial pour organiser et diriger ce programme qui s'attaque davantage aux conséquences du paupérisme qu'à ses causes structurelles.

secours versés par son intermédiaire. En vue de mettre fin à cette situation, le Labour Party a proposé un vaste programme d'augmentation des prestations sociales au profit des « millions d'oubliés » (malades, chômeurs, retraités). L'objectif de ce plan est d'abolir la pauvreté qui se maintient au milieu de l'abondance en assurant à chacun les moyens de subsister décemment. Il serait mis en œuvre par un grand Ministère de la sécurité sociale absorbant le National Assistance Board ainsi que l'actuel Ministère des pensions et de l'assurance nationale ¹.

Un facteur aggrave la situation : l'existence de vastes zones déprimées (*less-favoured lands* comme l'on dit parfois pudiquement) spécialement au-delà des rivières Severn et Humber. Dans ces régions où le gouver-[p.487]nement vient de décider d'engager un gros effort d'investissement, on voit craquer la mince couche d'opulence sous le coup de phénomènes rappelant les années 30 (fermeture d'usines, surabondance de main-d'œuvre et extension du chômage). Une fois de plus se pose le problème de la régénération de ces régions qui ont tant fait pour la grandeur industrielle et commerciale du pays.

La situation de la France, encore qu'elle présente par rapport à l'Angleterre des aspects spécifiques (ainsi maintien d'une importante paysannerie dont plusieurs fractions subissent une condition presque prolétarienne), n'appelle pas des commentaires sensiblement différents. Comme dans toutes les sociétés industrielles du monde capitaliste, la circulation automobile connaît un large développement mais les conditions de logement sont souvent désastreuses et l'alimentation continue de prendre une large part du budget familial. Sur le plan régional on observe une forte disparité dans les dépenses de consommation entre Paris et la province : si l'on élimine les dépenses des ménages d'agriculteurs la région parisienne a un niveau supérieur d'environ 30% à la moyenne nationale — moyenne dont seuls se rapprochent le Midi méditerranéen et la Région lyonnaise ². Le décalage du niveau de vie entre paysans et autres Catégories sociales n'est pas inférieur à 25-30%.

Cependant le trait le plus caractéristique de la situation reste la persistance des bas revenus. Selon une enquête par sondage de l'INSEE (1960), il existait en France, voici trois ans 1 900 000 unités de consommation (célibataires ou familles) ayant moins de 330 F. par mois et, immédiatement au-dessus, près de 8 millions ayant entre 330 et 660. Nous trouvons donc 4 900 000 d'unités de consommation, soit environ le tiers du total des ménages français, qui disposaient en 1960 de moins de 660 francs par mois. Même si ces chiffres constituent de simples estimations et

¹ On trouvera un bon résumé de ce programme, « New frontiers for social security » in *The Times*, 2 avril 1963. Sur les risques de bureaucratisation du système, voir un pamphlet récent (mars 1964) de la Fabian Society, *Freedom in the Welfare State*.

² Voir l'étude de M. RONCAYOLO, « Inégalité géographique en France » in *Les Cahiers de la République*, janvier 1963, pp. 57-67.

même s'ils ont connu depuis une certaine augmentation, ils demeurent impressionnants et illustrent la légèreté dont on se rend coupable en rangeant la France dans la catégorie des sociétés dites opulentes. Ajoutons que d'après des observateurs impartiaux (ainsi J. Milhau dans le rapport présenté au Conseil Économique et Social en date du 25 février 1964) l'inégalité des salaires loin de s'atténuer ne cesserait de croître ¹.

Il ne serait pas difficile de multiplier les indices de la peine et de la souffrance des hommes. Depuis vingt cinq ans la durée du travail ne semble pas avoir été réduite ; pour un quart de la population active de la région parisienne la durée moyenne des trajets est d'une heure trente par jour ; les cadences de travail sont de plus en plus épuisantes pro-[p. 488]duisant un grand nombre de troubles névrotiques ; le total des accidents du travail s'est élevé à plus de 90 000 en 1961 dont 1 820 suivis de décès ; l'ampleur de l'aide aux familles a sensiblement diminué depuis 1950, le revenu total du père de cinq enfants ayant pris de ce fait un retard d'un quart sur celui du célibataire de même qualification. Plus de la moitié des français adultes sont encore dans l'incapacité financière de quitter leur domicile durant les vacances...

Tout compte fait il y a dans cette énumération qu'il serait facile d'allonger des signes non équivoques de paupérisation relative (à condition, bien entendu, de prendre le terme dans le sens d'un appauvrissement total de l'homme) ².

Un aspect important de la situation française est le refus de larges couches de travailleurs intellectuels de se laisser embrigader dans la chorale des tenants de l'ère de l'opulence. C'est ainsi que lors de leur dernière réunion (3-5 avril 1963) les universitaires catholiques ont analysé le thème de la pauvreté dont l'actualité reste au moins aussi grande que celle de la notion d'opulence. Plusieurs rapporteurs sont allés au fond du problème en soulignant l'urgente nécessité de dévaloriser l'idée d'enrichissement privé et en montrant que le capitalisme ne mérite en aucune manière d'être appelé une économie de l'homme — l'une de ses tares les plus graves étant de réserver à une petite minorité le plein accès à la culture ³.

¹ Pour plus de détails, voir, en dehors bien entendu du rapport Milhau, *Citoyen 60*, op. cit., pp. 19-23. Je rappelle également les travaux de G. MATHIEU mentionnés dans le premier titre de ce livre (note 117).

² Voir à cet égard l'étude du Mouvement de Libération Ouvrière : « Les familles populaires sont-elles évincées de la nation ? *Études Ouvrières*, n° 39 (ronéoté). Supplément à *Combat Ouvrier*, n° 98, septembre 1960.

³ Voir les brèves mais saisissantes remarques de R. JUFFE, « Les déshérités » in *Esprit*, novembre 1961, pp. 513-524. Il me paraît bon d'en reproduire les dernières lignes « je ne crois pas sérieusement qu'il soit possible d'intégrer les pauvres dans notre vie individuelle et collective tant que la société sera constituée politiquement et socialement comme elle l'est aujourd'hui. Et je préfère un désespoir lucide à des conseils de rebouteux, voire aux exercices spirituels. Il faut, pour justifier l'espoir, travailler à transformer ce monde, à le rendre accueillant et effacer l'abîme qui sépare les déshérités de tous les autres hommes. Je reconnais que ces paroles peuvent sembler utopiques. Mais une utopie pour laquelle on lutte et on meurt, est-ce encore une utopie ? »

Quelques mots de l'Italie où l'on observe aujourd'hui les tout premiers symptômes de survenance de la société opulente. Une fois de plus c'est l'indice de motorisation qui nous est un témoignage manifeste de cette évolution. Il semble que la densité *automobilistica* de ce pays tende à se rapprocher très rapidement des niveaux dits européens. Le nombre de voitures immatriculées s'élèverait bientôt à 4,5 millions. À Milan, Rome et Turin, si l'on prend en considération les motocyclettes, il existe, en moyenne, presque un véhicule à moteur par famille. « Le marché italien a faim d'automobiles » titrait récemment le *Corriere della Sera* ¹ — la production nationale ne satisfaisant pas entièrement la demande, il est nécessaire d'avoir recours à l'importation de voitures, le montant de ces achats s'étant élevé à 200 milliards de lires en 1963 selon une déclaration récente du Ministre du Trésor. Or ce même journal dénonçait voici peu de temps les zones de misère désolante que l'on observe autour de Milan, la ville la plus prospère et de loin la plus riche de toute l'Italie ².

Au surplus, le « triangle industriel » (Gênes-Turin-Milan) n'est qu'une partie de l'Italie et l'on ne saurait avancer qu'ailleurs le « miracle éco-[p. 489] nomique » — dont les résultats ont été si inégalement répartis — ait suffi pour annuler les situations d'exceptionnelle pauvreté que constatait, voici une dizaine d'années l'enquête parlementaire sur la misère. Est-il encore nécessaire, après tant d'études qui lui ont été consacrées (en particulier celles de Danilo Dolci) d'appeler l'attention sur le cas tragique de la Sicile ?

En réalité le cas de l'Italie illustre de manière presque pathologique les insuffisances et lacunes d'un développement économique accéléré qui ne s'inspire pas de priorités sociales clairement définies (la course désordonnée aux satisfactions individuelles des catégories sociales les mieux placées ne pouvant tenir lieu d'une telle politique). L'économie de marché qui, malgré les dimensions considérables du secteur public et para-public, régit la péninsule, tolère et encourage l'expansion de consommations futiles tandis que des zones entières du pays — que l'on peut qualifier de zones sociologiques de pauvreté — sortent à peine de la féodalité. C'est à bon droit qu'un journaliste italien, D. Bartoli, a pu dénoncer « les plaies du bien-être » ³.

¹ Numéro du 15 novembre 1963.

² Voir en particulier les numéros des 10, 12 et 14 août 1962. Cette *dolorosa denuncia* due à P. OTTONE met en lumière la persistance des conditions de vie d'un autre âge aux portes d'une cité qui est aujourd'hui l'une des plus dynamiques et des plus prospères de toute l'Europe.

³ « Le piaghe del benessere » série d'articles publiés dans le *Corriere della Sera*, n^{os} des 22, 25, 26, 27, 28, 29 et 30 janvier 1964. Mentionnons quelques unes des réflexions de Bartoli : « un mécanisme d'imitation nous pousse à consommer sans cesse davantage » ; « à une société industrielle qui tend vers le modèle américain s'oppose un État de type levantin » ; « trop d'argent pour pas assez de marchandises » ; un arriéré de consommation, de désirs, d'attentes et d'espérances s'est donné libre cours avec des conséquences périlleuses ; « un système de

Entre les États-Unis et l'Italie il y a certes du point de vue économique et social tout un monde. Mais le premier de ces pays n'est pas indemne des situations de pauvreté, qu'on la définisse en termes sociaux ou géographiques, qui ravagent une si large partie du second. En réalité, même si l'on borne le champ de vision au secteur d'apparente richesse que constitue la zone, numériquement si restreinte, des pays industrialisés, la pauvreté reste à des degrés divers l'un des traits de la situation sociale.

Beaucoup, à la suite de J.K. Galbraith, estiment qu'aujourd'hui le problème de l'égalisation de la condition humaine a perdu de son importance et, en tout cas, ne passionne plus personne sauf un petit nombre d'idéologues qui, pour rester fidèles à leurs idées, ignorent la marche du temps. Leur raisonnement est que la généralisation de certaines consommations réduit considérablement le sentiment de frustration que susciterait au contraire la limitation de celles-ci à un petit nombre — « une magnifique voiture richement capitonnée, extrêmement puissante, ne donne plus une impression de richesse à une époque où les autos sont produites en série par milliers » écrit J.K. Galbraith ¹. En somme, bien qu'elle continue de se manifester, l'inégalité serait moins durement ressentie.

Une fois de plus, l'originalité de Galbraith peut être mise en doute, Georges d'Avenel ayant exprimé les mêmes idées voici bien longtemps dans son livre sur le *Nivellement des Jouissances* ². Déjà soucieux de [p. 490] lutter contre le socialisme, le vicomte d'Avenel, après avoir noté la survenance au cours de soixante dix ans (1840-1910) d'un « développement inouï de l'aisance » voyait une preuve du nivellement dans le fait « que le peuple a acquis plus de vrai bien-être, plus de luxe utile que le riche ». Et il précisait sa pensée comme suit : « Il y avait plus de différences entre le paysan éclairé d'une chandelle de résine et le seigneur éclairé par des bougies de cire, qu'il n'y en a entre un ouvrier éclairé au pétrole et un bourgeois éclairé à l'électricité. Ou, si l'on veut, il importe peu d'avoir vingt lampes ou d'en avoir une : mais il importe beaucoup d'avoir une lampe ou d'être dans l'obscurité ».

Dans le domaine de l'analyse sociale, la recherche en paternité d'une idée quelconque m'a toujours paru un peu vaine et il me semble plus utile de souligner qu'à près d'un demi-siècle d'écart, les défenseurs de l'ordre établi découvrent instinctivement le même type d'argumentation. Il est vrai que de nos jours la lutte pour l'égalité sociale semble avoir perdu une large part de son intensité. Je reviendrai plus loin sur cette situation, disant seulement ici qu'elle est le résultat non

distribution arriéré avec d'innombrables obstacles à une bonne circulation des produits ». Observons une nouvelle fois que la vigueur du ton s'affaiblit au moment de proposer des remèdes à un tel état de choses (« Épargne : voici un miracle que nous pouvons tous accomplir »).

¹ In *L'ère de l'opulence*, traduit de l'anglais, Paris 1961, p. 93.

² Ouvrage publié en 1913 à Paris dans la Bibliothèque de Philosophie Scientifique (Flammarion).

d'un acquiescement sincère aux formes sociales en vigueur mais de cette aliénation que les riches parviennent à créer chez les pauvres (et spécialement chez les salariés industriels) en leur suggérant ou en leur assignant des désirs ou des buts qui constituent autant de leviers d'intervention et d'influence aux mains des couches dominantes.

*
* *

Un trait particularise le comportement de celles-ci dans les sociétés industrielles capitalistes : l'aptitude à dissimuler, sous un gigantesque camouflage, les immenses privilèges de tous ordres dont les puissants continuent de bénéficier. Jamais dans l'histoire une classe n'a bénéficié d'une telle capacité de mystification à laquelle de nos jours la technique des « relations publiques » vient ajouter une touche nouvelle. C'est ainsi que l'on arrive à persuader de larges secteurs de l'opinion que désormais l'imposition fiscale réduit considérablement l'importance finale des prélèvements individuels sur la production — ces présentations apologétiques oubliant de mentionner les nombreux procédés d'annulation de ce prélèvement (notamment l'octroi d'avantages de toutes sortes par le compte « frais généraux »). Le comble de l'habileté est certes que, le coût de cette réclame étant inclus dans les charges de l'entreprise, c'est le consommateur qui assure la charge financière de sa propre intoxication.

[p. 491] J'en dirai autant de la tendance que l'on observe aujourd'hui chez plusieurs industriels à jouer les mécènes non pas sur leur fortune personnelle, ce qui échapperait alors au propos de cet ouvrage, mais sur les comptes de l'entreprise, ce qui concerne sans équivoque possible le consommateur des biens ou services produits par celle-ci. Ouvrons à cet égard la *Sélection du Reader's Digest* dont les articles expriment avec beaucoup de clarté — et c'est ce qui rend leur indexage si précieux — les thèmes employés par les couches dominantes pour donner une allure respectable à la défense de leurs privilèges. Le numéro de novembre 1963 ¹ contient un article sur « Les nouveaux protecteurs des arts » dont le sous-titre précise que « de grandes sociétés commencent à mettre sous les yeux de leurs employés et de leurs visiteurs des œuvres marquantes de la peinture moderne ». Et l'article précise que cette conduite est le fait des entreprises les plus diverses : aciéries aussi bien qu'industries d'emballage de produits alimentaires en passant par les banques et les fabricants de meubles. C'est à l'industrie, aurait déclaré le chef de publicité des Établissements Berliet, de reprendre le rôle qu'assuraient les classes

¹ Pages 44-49.

dirigeantes, religieuses ou sociales, des siècles précédents. C'est à la fois une nécessité et une politique d'entreprise.

Disons que, sous le prétexte d'orner la vie professionnelle des travailleurs, c'est surtout une bonne affaire et un excellent exemple de cette technique de camouflage qui tend à dissimuler, sous un voile de préoccupations altruistes, un simple mode de défense et d'illustration du régime existant. Tout en se donnant une apparence de générosité et de désintéressement, ces entreprises contribuent à leur propre prestige dans des conditions fiscalement intéressantes. Je croirai à l'apparition d'un état d'esprit nouveau, le jour où les Conseils d'administration décideront de prélever sur la masse des dividendes et tantièmes des sommes destinées aux musées publics qui en auraient certainement l'emploi.

Les dépenses ainsi faites s'inscrivant inéluctablement dans le prix de vente, il faut dire que les consommateurs n'ont pas pour mission de permettre aux industriels, si peu que ce soit, de jouer à bon compte les protecteurs des arts. Et les entreprises seraient beaucoup mieux dans leur rôle en augmentant les bas salaires qu'elles continuent de distribuer qu'en encourageant les arts.

Jusqu'à présent la France avait été relativement protégée de cette forme subtile de promotion du capitalisme. On vient cependant d'y créer une Fondation pour l'art, la recherche et la culture, qui porte en sous-titre « Fondation du Mécénat » dont le secrétaire général, ne croyant pas [p. 492] si bien dire, a confié aux lecteurs *d'Entreprise* que « le mécénat n'est pas cher »¹. En lisant cette communication, nous apprenons que le mécénat est commandé par des raisons sociales et morales, les industriels s'ils témoignaient d'indifférence à cet égard risquant d'être accusés d'inaptitude à jouer pleinement leur rôle de classe dirigeante. Mais, ce mécénat ouvrant une possibilité accrue de communication « il est normal ... qu'il soit en très grande partie inclus dans le budget des relations publiques d'une firme ». On ne saurait inviter plus courtoisement les consommateurs exploités à faire les frais de la glorification du système qui les exploite.

Le moins que l'on puisse suggérer devant de semblables manœuvres est que les représentants des consommateurs interviennent auprès des autorités pour obtenir qu'en aucun cas le coût de telles dépenses ne puisse être, directement ou indirectement, intégré dans le prix de vente des produits. Bien qu'elle ait peu de chance d'aboutir, cette démarche, dans un monde où la recherche du profit est

¹ N° 422, 12 octobre 1963, pp. 15-16. Selon les déclarations de son secrétaire général au journal *Le Monde*, n° des 2-3 février 1964, p. 17, la Fondation vient d'obtenir du Ministère des Finances « d'avantageuses conditions fiscales » pour ses membres. Ainsi tous les donateurs sont autorisés à déduire du montant du bénéfice imposable les versements effectués à la fondation dans la limite de 1/00 de leur chiffre d'affaires. Le secrétaire général lui-même contribue à nous fixer sur le sens de l'opération en avançant que « la Fondation du mécénat est aussi, pourquoi ne pas le dire, un excellent support publicitaire pour les entreprises ».

l'ultime loi des entreprises, mériterait d'être accomplie au titre de la protection de l'hygiène sociale.

III. GASPILLAGES ET PRIVATIONS DANS LES SOCIÉTÉS RICHES

[Retour à la table des matières](#)

La coexistence de ces deux séries de phénomènes constitue évidemment le cœur du problème. La situation n'a pas la même gravité dans toutes les sociétés qui relèvent de cette enquête mais, à des degrés divers, on en observe partout les manifestations. J'ai déjà dit et je veux répéter avant de commencer l'exposé que l'indifférence dont témoignent la plupart des groupes de consommateurs vis-à-vis de ces problèmes restreint considérablement la portée sociale de leurs interventions.

*
* *

Après tous les travaux publiés sur ce problème au cours des dernières années, le phénomène du gaspillage est si connu qu'il est inutile d'y consacrer de longs développements. Les États-Unis restent à cet égard l'exemple privilégié mais nous n'avons pas le droit d'ignorer que, sauf un vigoureux coup de barre dans une autre direction, nos sociétés marchent à grands pas vers des situations du même ordre.

[p. 493] On dit volontiers que le gaspillage est un trait universel de l'économie capitaliste. Disons pourtant qu'il concerne avant tout les pays économiquement les plus évolués et parmi ceux-ci, les couches les plus aisées. Cependant ici encore on voit des secteurs plus modestes adopter des habitudes qui ne correspondent pas à leurs moyens. Il y a là un processus de contamination dont la gravité suscite des appréhensions dans des milieux de plus en plus nombreux ¹.

Le gaspillage est un fait dont l'un des mécanismes les plus notoires est la propension à préférer l'acquisition d'un objet neuf à la réparation de celui dont on dispose déjà. Qu'il s'agisse du ressemelage d'une paire de chaussures ou de la révision du moteur d'une voiture automobile, il se trouve que dans de nombreux cas le consommateur paraît avoir intérêt à acheter un nouvel article et y a intérêt en fait. Cette situation s'explique en une large mesure par le coût de la main-d'œuvre engagée dans les activités de réparation (ainsi que par les délais de plus en plus considérables que nécessitent de tels travaux). Mais un tel raisonnement n'est que

¹ Voir par exemple *L'ordre professionnel*, (Genève), 22 février 1964, pp. 4-5 : « Réparer... ou jeter ? »

superficiellement vrai. En réalité, nos sociétés ont tendance à utiliser leur ingéniosité technique beaucoup plus à la production du neuf qu'à la réparation de l'ancien. C'est semble-t-il une préférence irréversible que, nous le savons, les firmes encouragent en fabriquant des objets n'ayant qu'une durée éphémère (de l'ampoule électrique au pneu).

Cependant le gaspillage ne se limite pas à un tel mécanisme. Il se traduit aussi par l'acquisition, sous l'effet de la mode, du dernier modèle ou de la dernière nouveauté bien que l'objet que l'on possède soit encore capable de rendre les services attendus. Toute l'industrie de la réclame qui met l'accent sur les ultimes perfectionnements en matière de précision, de rapidité, de confort, appuie ce mouvement (liaison avec le statut social). Il y a là un effort systématique pour frapper les objets d'un vieillissement prématuré qui est de nature psychologique.

Le gaspillage s'exprime par l'achat de biens inutiles dont le consommateur fera l'acquisition avec une légèreté déconcertante et dont il se détachera éventuellement de manière très rapide. Il s'agit de vendre au consommateur au-delà de ce qui lui serait nécessaire ou utile. L'un des aspects de cette consommation excessive est la propension de divers milieux à prendre une nourriture trop riche et trop abondante dans laquelle le corps médical voit la cause de l'expansion actuelle de plusieurs maladies. Récemment, *Time*, 19 juillet 1963, p. 27, qualifiait l'Allemagne de l'Ouest de — the *adipose society*.

Le gaspillage revêt aux États-Unis des aspects d'une gravité très inégale. Les uns sont après tout assez badins et correspondent à ce que [p. 494] l'on pourrait appeler des fantaisies sociales. Ainsi la fondation d'une Society for the Prevention of Indecency to Naked Animals qui se propose d'encourager les gens à habiller leurs animaux : d'où des présentations de mode avec défilé de chiennes munies de jupes couvrant leur arrière-train. On encore la création à Reno à l'intention des femmes en instance de divorce de ranchs qui forment selon l'expression du *New York Times*¹ un paradis pour les riches (le coût des six semaines de séjour pouvant s'élever à plus de 2 000 dollars). Parmi les plus récents *gadgets* mentionnons la brosse à dents électrique. Il en existe quinze types sur le marché dont les meilleurs fonctionnent sur piles, le prix de vente allant de 9 à 20 dollars. Naturellement le lancement d'un tel produit ne pouvait manquer d'appeler l'attention des associations de consommateurs : après les tests d'usage la Consumer's Union — dont on comprend mieux par un tel exemple que les familles populaires n'attachent pas une importance primordiale à ses activités — en a préconisé cinq marques et déconseillé les autres pour des raisons de sécurité et de qualité².

Une autre histoire significative fut l'expansion de la vente des abris anti-atomiques durant les mois d'été et d'automne 1961 (reprise des essais nucléaires,

¹ Numéro du 6 novembre 1963.

² Selon *La Stampa*, 2 novembre 1963.

annonce de la prochaine fabrication en U.R.S.S. d'une bombe de 100 mégatonnes). En quelques semaines on vit proliférer le nombre des modèles et des fournisseurs (une cinquantaine au mois d'avril, deux à trois cents en septembre-octobre). Or, dans la majorité des cas, il s'agissait d'abris-fantaisie (l'un devant son hermétisme au fait qu'il ne comportait pas de système d'entrée et de filtrage d'air). Les fournisseurs n'hésitaient pas à donner toutes les garanties souhaitées, toute défectuosité lors d'une éventuelle mise en service devant se traduire par le décès des utilisateurs et mettre fin par là même à tout risque de réclamation. Le boom des abris a rapidement cessé, la population faisant montre de plus de sérénité ou de plus de scepticisme à l'égard des refuges privés. Un grand nombre de fabricants ont fermé leurs usines. Ainsi le veut l'économie de marché.

On sait que dans ce pays les funérailles constituent une lourde charge pour les familles, un commerce très fructueux se vouant à l'exploitation des cadavres. Un ouvrage vient de décrire cette *belligerent commercialization of funerals* dans un ouvrage qu'il est impossible de lire sans un sentiment de surprise et aussi de dégoût¹. On y expose les multiples techniques par lesquelles de nombreuses familles sont conduites à dépenser en cette occasion bien plus qu'elles ne devraient se le permettre. Le mercantilisme des profiteurs de la mort, souvent enrobé dans un verbiage papelard et cagot, y est analysé sans complaisance : « gra-[p. 495] cious dying », nous dit l'auteur, constitue « a huge, macabre and expensive joke on the American public ». En somme, il ne s'agit plus d'enterrer décemment les morts mais de faire de l'opération un symbole du statut. On estime que le coût global des funérailles s'est élevé en 1960 pour 1,7 millions de défunts à une somme de l'ordre de 2 milliards de dollars. Dans la société opulente, où tant de misères persistent, l'exploitation de la mort est ainsi devenue un *big business*.

Cependant s'ils sont révélateurs des orientations que le culte sans frein de la demande solvable imprime à une société les faits que je viens de rapporter ont simplement valeur anecdotique². On entre par contre dans le vif du problème en observant que selon un rapport de la Materials Policy Commission qui parle à ce propos d'un « appétit pantagruélique » de matières premières, les États-Unis ont utilisé au cours des quarante dernières années plus de ressources naturelles que le reste du monde pendant quatre mille ans d'histoire jusqu'en 1914³. Les centaines de produits nouveaux lancés chaque année sur le marché, au mépris de la raison et de la morale, sont le témoignage évident et sans cesse renouvelé de cette propension au gaspillage. Chaque année les firmes industrielles américaines utilisent

¹ MITFORD (J.), *The American way of death*, New York, Simon and Schuster, 1963.

² Je citerai encore l'exemple très connu de l'édition dominicale du *New York Times* qui engloutit chaque fois une énorme quantité d'arbres alors qu'un dixième ou un centième en est effectivement lu. Voir sous cet angle : ALPHANDÉRY (C.), *L'Amérique est-elle trop riche ?*, Paris 1960 (notamment l'apologue du jeu de quilles électroniques et de l'Hindou affamé, pp. 67-69.

³ Selon PACKARD (V.), *L'art du gaspillage*, op. cit., p. 194.

une large proportion pouvant aller jusqu'à 40% des matières premières produites dans le monde au profit de 6% seulement de ses habitants. Cette prodigalité est d'autant plus déconcertante que dans l'ignorance des ressources qui reste-l'on accepte le risque que le monde connaisse un jour des pénuries graves susceptibles de compromettre l'existence de nos successeurs.

On évite volontiers le problème en invoquant les possibilités infinies de la science. Mais la pratique ne confirme pas toujours les anticipations. Soit l'énergie nucléaire qui, selon des pronostics un peu rapides devait transformer fondamentalement et à relativement brève échéance le problème de la fourniture de l'énergie. On estime aujourd'hui, sans que pour autant la question du prix ait été résolue, qu'en 1980 elle couvrira seulement 10% des besoins des pays capables de l'utiliser. Il faut noter en tout cas que les États-Unis emploient aujourd'hui en quantités croissantes des matières premières venues de l'étranger (ainsi les trois quarts de leur bauxite). De premier exportateur de cuivre, ce pays en est devenu le premier importateur.

Ces phénomènes se rattachent indiscutablement à cette dégradation, le terme « destruction » étant parfois plus exact, de l'environnement naturel dont j'ai signalé les risques tout au début de ce livre et dont la primauté donnée à la recherche du profit porte la responsabilité. Qu'il s'agisse de l'eau, du bois ou du sol arable, l'économie de marché té-[p. 496] moigne d'une indifférence complète à l'égard des générations futures, les courageux efforts accomplis au titre de la conservation des ressources par quelques groupes privés et divers services gouvernementaux n'ayant pas suffi pour renverser la tendance.

Sans doute les sociétés européennes économiquement les plus avancées sont-elles encore fort éloignées d'un tel gaspillage et peut-être la faiblesse de leurs ressources naturelles aidant, ne parviendront-elles jamais aux niveaux américains actuels. Mais, quoiqu'à une bien plus petite échelle, nous sommes déjà des « gaspilleurs » (voir par exemple les tonnes de messages publicitaires qui vont directement à la poubelle ou jonchent les trottoirs). Le prix de ces opérations étant ce qu'il est, les besoins des hommes sont-ils en contre-partie correctement satisfaits ?

*
* *

Après avoir fait l'objet d'une sorte de conspiration du silence, spécialement dans les écrits de l'économie politique traditionnelle, l'existence dans nos sociétés, et à une large échelle, des besoins essentiels mal satisfaits ou insatisfaits — phénomène qui s'étend au-delà du cercle de la pauvreté proprement dite — n'est plus sérieusement mise en doute. Les démographes (en France l'I.N.E.D.) et de

nombreuses associations familiales ont apporté à cet égard toutes les précisions souhaitables. A. Sauvy a parfaitement montré que, si l'on se libère de la notion de demande solvable, il est vrai que le besoin domine l'économie française¹, ce que confirment les enquêtes déjà citées de P. Vinot sur le décalage entre le « pouvoir d'achat à l'émission » et le « pouvoir d'achat à la réception ».

Les vieillards, on le sait, comptent parmi les principales victimes de nos sociétés². Mais les familles chargées d'enfants connaissent aussi de sérieux désavantages comme le montre bien une récente publication de la Ligue Belge des Familles Nombreuses sur *Le coût de l'enfant*³ fondée sur une enquête menée en 1957-58 par Pierre de Bie. Soit la consommation d'une famille ouvrière de 4 enfants par rapport à celle d'un ménage sans enfant. Dans le domaine de l'alimentation la première consomme deux fois plus de pain que la seconde mais à peine plus de viande ou de charcuterie et moins de gibier et de volaille. Autres restrictions de type qualitatif au détriment de la première : moins de beurre et plus de margarine, moins de viande de premier choix et plus de saucisses, de viande hachée, de bouilli... Cette infériorité alimentaire progresse avec le nombre des enfants. Au titre du logement la famille [p. 497] avec enfants dispose d'une habitation à peine plus spacieuse que celle du ménage sans enfant : elle est condamnée à vivre à l'étroit. S'agissant des vêtements, on observe de nombreuses restrictions sur ceux des parents. Dans l'ordre des services, les frais médicaux augmentent, les loisirs (cinéma) diminuent, d'autres postes restant stables (besoins sociaux et religieux).

Si l'on prend le cas de la France, il est peu contestable qu'une large partie de la population connaît des privations sévères. Parmi les documents les plus significatifs à cet égard, je mentionnerai les résultats d'une consultation effectuée en 1961-62 au sein de ses membres par le Mouvement de Libération Ouvrière⁴. Cette courageuse enquête, dont on se gardera bien de faire un livre de poche, fait ressortir que la « marge des privations », loin de porter uniquement sur les éléments superflus ou accessoires, concerne également les besoins essentiels et, en tout premier lieu, les besoins alimentaires (viandes à rôtir et à braiser, légumes verts, fruits, beurre). Observons à ce propos que 17% des ménages interrogés estiment que leurs charges de logement entraînent des privations alimentaires et que près du quart ont inscrit l'alimentation comme dépense prioritaire en cas d'augmentation

¹ Dans l'introduction du livre déjà cité de BENARD (J.), *Vues sur l'économie et la population de la France jusqu'en 1970*.

² Voir à cet égard le rapport de la Commission d'étude des problèmes de la vieillesse, *Politique de la vieillesse*, La Documentation Française, s.d. Voir aussi *Les personnes âgées et l'opinion publique*, Sondages de l'opinion en 1961, La Documentation Française (1962).

³ L'I.N.E.D., je l'ai déjà mentionné, a effectué de nombreuses recherches en ce domaine. Pour une mise au point récente, voir PAILLAT (P.), « Influence du nombre d'enfants sur le niveau de vie de la famille : évolution de 1950 à 1961 », *Population*, juillet-septembre 1962, pp. 421-422.

⁴ Ces résultats ont été publiés en un fascicule ronéoté sous le titre *Derrière le masque de l'abondance*.

des ressources. Des observations du même ordre sont présentées au titre des dépenses vestimentaires. Quant aux vacances, la proportion des ménages dont les adultes n'ont pas pu quitter leur domicile durant trois années consécutives est de l'ordre de 50%. Pour beaucoup de travailleurs modestes, le droit à de véritables vacances est encore à inscrire dans les faits. Au total, le Mouvement a raison de souligner que « derrière le vernis de l'abondance, il y a le tableau des privations ».

Ces investigations dont la multiplication serait souhaitable établissent que le jeu de la demande solvable condamne les familles nombreuses à de multiples privations dont la plupart portent pourtant sur des exigences élémentaires de la vie. De telles données permettent en tout cas de comprendre le caractère artificiel de nombreux excédents agricoles qui seraient rapidement écoulés si les moins bien pourvus disposaient des ressources financières indispensables.

Le marketing à la recherche de débouchés solvables porte son attention sur les désirs des consommateurs tels qu'ils résultent du conditionnement antérieur par la publicité et l'imitation. Et beaucoup d'enquêtes officielles relatives aux tendances futures de la consommation ne procèdent pas autrement — le point d'accrochage de ces analyses étant l'étude de la courbe de consommation dans les classes les plus favorisées ou chez les peuples ayant le plus haut niveau de vie. Une toute autre démarche [p. 498] serait celle de la détermination des besoins essentiels des hommes, c'est-à-dire de ceux dont une satisfaction insuffisante ou médiocre compromet le développement physiologique ou intellectuel de l'être humain.

Ces contradictions qui trouvent leur origine dans le mode de distribution du revenu social éclatent quotidiennement. Lors d'une récente réunion de la British Association for the Advancement of Science, un professeur à l'Université de Glasgow ¹ n'a pas craint de déclarer que si le revenu continuait de croître les planificateurs britanniques devraient accepter l'idée d'une double habitation (*town and country houses*) pour les familles. Cependant une assez récente enquête du *Sunday Times* nous signalait qu'en dépit d'une longue vague de prospérité 2 millions et demi de personnes, soit cinq pour cent de la population britannique, continuent de vivre dans des *slums*. Or la disparition de ceux-ci est une œuvre de longue haleine. À Glasgow qui a le plus vaste programme de *slum clearance* du Royaume on espère réaliser, si les moyens nécessaires sont donnés, le tiers des opérations prévues dans les vingt prochaines années ².

¹ Selon *The Guardian*, 30 août 1963, p. 3.

² Enquête de C. LYALL dans les numéros des 23 avril, 30 avril et 7 mai 1961. En Belgique, l'Institut National du Logement a effectué une enquête sur 10 000 bâtiments d'habitation répartis dans tous le pays (ceux-ci ayant été choisis par tirage au sort). Sur les 12 000 logements compris dans ces bâtiments plus de 10% ont été classés comme insalubres non améliorables.

Je n'insisterai pas ici sur les stratégies mises en œuvre par les affaires pour obtenir que les consommateurs fassent l'acquisition des produits offerts¹. Elles auraient certes moins de peine à convaincre les vieillards et familles nombreuses de s'alimenter convenablement si ces unités de consommation disposaient du pouvoir d'achat indispensable. L'expansion sans cesse plus poussée de cette économie de futilité (liaison avec le parasitisme tertiaire) est certainement l'une des tares de la civilisation industrielle capitaliste dans la mesure où une priorité, qui devrait être absolue, n'est pas accordée aux besoins essentiels des hommes (enfants, adultes, vieillards). Et à partir de tels exemples l'on voit bien que la meilleure manière de définir l'esprit et le contenu d'un régime social est d'établir la table des priorités mise en œuvre dans la satisfaction des besoins.

Cependant le système présente une autre défaillance grave liée à la précédente mais qu'il est préférable d'en distinguer : le déséquilibre au profit des secondes entre les satisfactions collectives et les satisfactions individuelles telles que permises par la demande solvable.

*
* * *

Nous retrouvons ici encore un point dégagé par J.K. Galbraith². Mais, si l'analyse qu'il fait de cette tendance est correcte, les mesures qu'il propose pour en surmonter les effets sont très timides. Et [p. 499] à la lumière de l'expérience présente, on peut se demander si une solution efficace peut être trouvée à ce problème dans un régime dont le moteur reste la recherche de la rentabilité privée.

Galbraith part de l'idée qu'aux États-Unis la véritable ligne de démarcation entre la zone de richesse et la zone de pauvreté est celle qui sépare les biens et articles relevant de l'initiative privée d'une part, les services rendus par les organes publics d'autre part. On constate dans la société américaine une nette tendance à fournir les premiers en surabondance et les seconds avec parcimonie. Cette disparité — qui se traduit par le « règne des biens matériels dans une atmosphère d'opulence et de misère publique » — met en cause l'équilibre social (*social balance*) sans lequel le développement harmonieux des activités de la collectivité ne saurait être assuré.

Selon Galbraith, trois séries de raisons expliquent cette propension. En premier lieu le fait que les autorités publiques (à l'inverse des affaires privées qui ont les moyens de susciter les besoins qu'elles entendent satisfaire), ne disposent pas de la

¹ Voir OULÈS (F.), « Les stratégies du marketing tendant au gaspillage : pseudo-solutions au problème des débouchés dans les pays très industrialisés », *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 1962, n° 4.

² *Op. cit.*, pp. 235-251.

capacité de persuader le public de la réalité et de l'urgence des besoins collectifs. « La demande automobile, créée artificiellement à grand renfort de dépenses écrit-il, s'attribuera inévitablement une plus grande part du revenu que la santé ou les jardins publics ou même les routes où cette sorte d'influence n'existe pas ». Deuxième facteur : le refus de la collectivité, c'est-à-dire en fait des mieux pourvus financièrement, d'acquitter les impôts qui seraient nécessaires au rétablissement de l'équilibre (réticence bien plus forte au niveau des administrations locales qu'à celui du gouvernement fédéral).

Dernier élément d'explication : la détérioration des services publics que suscite l'inflation dans les pays riches (celle-ci provoquant en particulier un retard dans l'ajustement des rémunérations des fonctionnaires qui incite les meilleurs de ceux-ci à passer au service du secteur privé). Galbraith évoque aussi la campagne lancée après la seconde guerre mondiale contre la notion d'expansion et d'amélioration des services publics : le coût de ceux-ci étant présenté comme un intolérable fardeau pour l'économie privée et l'alourdissement de la charge fiscale comme une menace pour l'investissement¹. Cette attaque s'est depuis un peu calmée mais non sans laisser une empreinte durable.

Beaucoup d'observateurs de la vie américaine confirment cette tendance qui, avec une intensité variable, affecte également tous les pays en voie d'enrichissement du monde capitaliste. Dans le cours [p. 500] de cet ouvrage j'ai déjà signalé tant de cas d'insuffisance notoire des services publics qu'il me paraît superflu d'en donner ici d'autres illustrations. C'est un fait qu'aux États-Unis comme ailleurs la plupart des services collectifs — qu'il s'agisse de l'enseignement, des transports urbains et suburbains, de la distribution du courrier, de l'équipement hospitalier ou plus prosaïquement de l'enlèvement des ordures ménagères — sont en retard sur les besoins.

Il s'agit là d'une expérience qui s'alourdit chaque jour d'éléments nouveaux. C'est ainsi que les Italiens découvrent aujourd'hui que les progrès économiques de ces dernières années ne se sont pas accompagnés d'une amélioration culturelle à leur mesure. Bien que les données du recensement de 1961 sur l'analphabétisme soient encore en voie d'élaboration, les premières informations disponibles mettent en lumière la persistance de larges zones d'ignorance qui constituent une grave défaillance nationale (taux national d'analphabétisme : 8% ; mais ce taux s'abaisse à 0,6% dans le Trentin Haut-Adige et s'élève à 21,4% dans la Calabre).

En règle générale, le contraste entre la brillante expansion des grandes affaires privées et l'insuffisante croissance (parfois la stagnation) des services publics est

¹ Rappelons, par exemple, la thèse de Colin Clark selon laquelle il faudrait tenir le secteur public pour sur-développé dès que celui-ci utilise plus de 25% du revenu national (la conséquence de cet excès étant que l'économie du pays est affectée de troubles généraux et que les objectifs de bien-être social avancés pour justifier le prélèvement fiscal ne peuvent être réalisés).

saisissant. À New York, par exemple, le mauvais fonctionnement de la poste (activité gouvernementale) s'oppose à l'excellente organisation du téléphone et du télégraphe (qui est du ressort d'une firme capitaliste : l'American Telephone and Telegraph). Tout se passe comme si les activités ne donnant pas lieu à la perception de profits étaient condamnées à végéter au moindre coût pour la collectivité (insuffisance des rémunérations accordées au personnel, faiblesse des crédits de matériel et d'équipement...). Or, il est fréquent que les partisans de l'économie de marché, loin de préconiser les ajustements qui permettraient aux services publics de tenir convenablement leur rôle, prétendent tirer de la situation la preuve de la supériorité des firmes privées sur les entreprises publiques.

Le raisonnement de Galbraith semble donc correctement fondé. Un point toutefois en affaiblit la portée : la grande générosité de nos sociétés quand il s'agit des dépenses militaires. Manifestement l'austérité ou la parcimonie ne sont plus de mise en ce domaine (le budget américain de la guerre absorbant 50 milliards de dollars par an). Il n'est pas difficile de trouver de nombreuses raisons à cette prodigalité. Les dépenses d'armement se traduisant par des achats aux firmes capitalistes ou des contrats passés avec elles, leur développement ne met nullement en cause le principe de l'économie pri-[p. 501] vée. Sous cet angle l'État est un simple client — un client qui, en général, accorde de gros avantages et permet de larges profits (la situation étant bien différente des cas, écoles ou hôpitaux par exemple, dans lesquels l'autorité publique apparaît comme un fournisseur de services au profit des couches défavorisées). D'un autre côté, cette générosité s'explique par le renfort qu'apporte au patriotisme le souci de défendre l'ordre établi contre des périls de subversion en provenance de l'étranger. En somme le régime capitaliste ne se départit de son avarice à l'égard des tâches d'intérêt collectif que dans la mesure où ses animateurs, tout en tirant de substantiels bénéfices privés de cette attitude, ont le sentiment d'assurer la perpétuation des formes sociales en vigueur.

En réalité la faiblesse relative du secteur des services publics s'explique essentiellement par la volonté de la classe dirigeante de conserver le maximum de moyens et de ressources dans le secteur de l'économie privée qui, seul, permet la réalisation du profit. Dans cette perspective, le perfectionnement des services publics, au-delà de ce qui est nécessaire à la bonne marche des entreprises, constitue un détournement dont il est souhaitable de limiter l'ampleur. En somme, c'est dans le fonctionnement du capitalisme — c'est-à-dire dans le souci de ses dirigeants de développer les sources de bénéfice et d'en assurer la protection — que se trouve l'explication des conduites défavorables à l'amélioration des services publics en général.

La thèse de Galbraith en tant qu'elle préconise une extension des avantages et équipements collectifs de type pacifique a fait l'objet de nombreuses critiques. Les unes se bornent à reprendre l'argumentation du libéralisme économique selon

laquelle le marché et le marché seul constituerait un mécanisme satisfaisant de distribution des ressources productives entre les différents emplois possibles.

Cette position exprime en somme l'interdépendance bien connue des trois notions d'économie de marché, de demande solvable et de conservation des privilèges. Dès le moment où l'on se refuse à admettre qu'une structure de revenus foncièrement inégalitaires permette de déterminer correctement les besoins des hommes, l'argument n'a plus aucune valeur.

Cependant d'autres auteurs ont contesté la position, de Galbraith en se plaçant sur le terrain des faits. Ils ont affirmé que le système actuel — mélange de décisions privées et d'intervention publique — assure, bien mieux que celui-ci ne l'affirme, la réalisation d'un juste équilibre entre consommation privée et satisfactions collectives. Et surtout, [p. 502] ils ont contesté que l'expansion de la consommation privée ou, si l'on préfère, la réalisation de l'enrichissement s'accompagne d'une dégradation dans l'ampleur et la valeur des services collectifs.

Sans repousser d'emblée cette argumentation, j'ai le sentiment qu'elle ne s'applique guère aux établissements d'enseignement et aux services hospitaliers dont, nulle part, le développement quantitatif et qualitatif n'a été à la mesure des progrès réalisés dans la production des richesses. Or, ce sont des sources de satisfaction collectives de cet ordre, bien davantage que la création d'un vaste réseau d'autoroutes, qui importent aux titulaires de revenus modestes, c'est-à-dire à la majorité des familles. Au surplus même si l'on nous démontrait que la part des ressources consacrées aux services collectifs n'a pas diminué au cours des dernières décennies ce ne serait pas une réponse suffisante et satisfaisante. Dans l'économie du régime capitaliste si avare à l'égard des coûts de l'homme ce rapport n'a, en effet, jamais été ce qu'il aurait dû être et son accroissement massif s'impose dans la mesure où l'on souhaite réparer de la sorte les torts considérables causés à la masse des travailleurs modestes.

Tel est le point qui importe. En l'état actuel des rapports socio-économiques, l'expansion des services et équipements collectifs — culturels, universitaires, sanitaires, sportifs, etc. — constitue le seul moyen disponible pour réduire en quelque mesure le poids des insuffisances et injustices de tous ordres qu'entraîne la subordination de la satisfaction des besoins humains aux indications données et aux servitudes imposées par le jeu de la demande solvable. C'est uniquement dans la mesure où de telles activités sont strictement et intégralement soustraites au financement par ressources privées que les pauvres peuvent obtenir des soins médicaux, des facilités d'accès à l'enseignement supérieur et des jouissances culturelles qui soient en rapport avec les progrès économiques réalisés par la société.

J.K. Galbraith, on l'a vu, définit l'équilibre social comme l'établissement d'une juste proportion entre l'économie privée et le secteur public. Correcte en apparence,

cette présentation a le tort de mettre l'accent sur le moyen d'une politique sans spécifier la fin qu'il s'agit de promouvoir. Or, si l'on considère que les riches sont déjà en mesure de se procurer la plupart de ces services à titre individuel le but d'une telle politique ne saurait être qu'un effort de rapprochement des conditions humaines qui peut prendre deux formes : l'une d'inspiration rigoureuse qui consisterait à prévoir un mode uniforme de satisfaction des besoins sans que la fortune donne droit à un traitement particulier (ainsi fusion [p. 503] en une seule catégorie de tous les établissements de soins) ; la seconde d'ambition plus modeste qui se ramène à fournir aux pauvres à prix réduit ou même gratuitement (hôpitaux publics) des services de qualité équivalente à ceux que les riches ont la possibilité de se procurer grâce à leurs revenus (cliniques privées).

C'est en la situant dans cette perspective — une sorte d'économie de solidarité — que la réalisation de la *social balance* prend toute sa signification. Mais il suffit de la considérer sous son véritable jour pour comprendre les difficultés et obstacles qui s'opposent à sa mise en application. La lecture de plusieurs des rapports préparés par les Commissions de modernisation du IV^e Plan illustrent la lenteur et, finalement, l'insuffisance de telles opérations dans un contexte économique que domine la recherche de la rentabilité privée¹. Cette situation s'explique aisément si l'on observe que la volonté d'échapper aux impératifs de la demande solvable en un secteur quelconque de la vie économique y provoque presque inévitablement un rétrécissement de la zone du calcul et de l'exploitation capitalistes. Toutefois, les implications de tels obstacles sont susceptibles de varier considérablement selon le niveau technologique et la capacité d'équipement du pays considéré².

*
* *

¹ Voir en particulier les rapports généraux des Commissions suivantes Équipement Sanitaire et Social ; Équipement Culturel et Patrimoine Artistique ; Équipement Scolaire Universitaire et Sportif. Tous ces rapports ont été publiés en 1961 par l'Imprimerie Nationale. Au titre de l'expérience britannique, voir *Public Investment in Great-Britain October 1963*, H.M.S.O., Cmnd 2177.

² Observons toutefois qu'un récent document, publié par le gouvernement conservateur, de Sir Alec DOUGLAS-HOME — *Public Expenditure in 1963-64 and 1967-68*, H.M.S.O., Cmnd 2235 — admet la nécessité d'une augmentation continue des dépenses publiques. Voici l'évolution envisagée (million de livres aux prix de 1963) :

Exercice 1963-1964	10.910
Exercice 1961-1968	12.825
Hausse	+ 1.915

Plusieurs commentateurs ont souligné qu'il s'agit là d'un changement très considérable dans la vie politique britannique, le parti conservateur ne pouvant plus dès lors se présenter comme le parti des économies budgétaires et de la réduction de la pression fiscale.

Observons la situation respective des États-Unis et de l'Italie, des pays comme la France ou la Grande-Bretagne occupant une position intermédiaire. L'institution d'une politique tendant à satisfaire les besoins essentiels au détriment du superflu ne saurait évidemment y prendre le même contenu — la richesse américaine ouvrant des perspectives de manœuvre que ne comporte pas et ne comportera probablement jamais l'économie italienne réduite à ses seules ressources.

La société américaine est affectée d'un niveau de gaspillage sans commune mesure, si l'on raisonne en termes absolus, avec celui que l'on observe en Italie. Cependant, mise à part la question de l'accès aux ressources naturelles et de leur utilisation à une telle échelle par un seul pays, il est clair que les États-Unis à condition de redonner à leur économie le dynamisme qui lui fait défaut auraient probablement assez de puissance pour conserver les *gadgets* et développer la satisfaction des besoins essentiels dans tous les secteurs, plus larges qu'on ne l'admet habituellement, où elle connaît des défaillances. Aujourd'hui, malgré l'immense et peut-être irremplaçable apport des dépenses militaires, l'expansion de la consommation privée dans le cadre de la demande solvable [p. 504] ne permet pas d'assurer le plein emploi des hommes et des machines. En cas d'établissement d'un désarmement substantiel, ce pays ne pourrait probablement éviter un chaos comparable à celui des années 1930 qu'en s'attachant sans délai à la couverture massive des besoins insatisfaits ou mal satisfaits.

Autrement dit, c'est la nature même du système socio-économique qui, tout en freinant le rythme de la croissance économique, impose des sacrifices aux couches pauvres et défavorisées de ce pays. Le problème est essentiellement politique dans la mesure où les obstacles à sa solution résultent essentiellement de la volonté de ne pas mettre en cause une certaine structure des rapports sociaux.

Typique à cet égard est la décision prise par l'Administration Kennedy d'avoir recours à la réduction des impôts pour obtenir en 1964 (année d'élection présidentielle) une relance sensible mais dont chacun sait qu'elle risque de n'être que temporaire, de l'expansion économique. Un tel dispositif, conçu pour favoriser la consommation privée, aura pour inéluctable conséquence de rendre plus difficile encore le problème du rétablissement de l'équilibre social.

Bien différente est la situation de l'Italie. Compte tenu du niveau technologique et du potentiel d'équipement de ce pays, la production du superflu n'est pas et ne sera pas de longtemps compatible avec la satisfaction des besoins essentiels. Dans une situation de cet ordre, et à condition d'ignorer le chômage dissimulé qui affecte encore de larges zones du pays, la prise en considération de la demande solvable suffit pour le moment, contrairement à ce qui se passe aux États-Unis, à faire tourner régulièrement la machine économique. Mais le gaspillage qui en résulte a des aspects parasitaires nettement plus marqués qu'en Amérique dans la mesure où il compromet, de manière absolue, l'effort indispensable en faveur des zones de pauvreté. En d'autres termes, l'obstacle à une politique de la consommation

d'inspiration sociale tient également à l'insuffisance des ressources et non pas seulement à la volonté de sauvegarder un certain type d'ordre social. Tout essai de redistribution des forces productives au profit des besoins essentiels frapperait, bien plus qu'aux États-Unis les privilégiés de la situation.

Au total, la primauté donnée à la demande solvable dans une société inégalitaire et les conséquences qui en résultent (négligence des services collectifs) a des conséquences non seulement d'ordre social mais aussi de type économique. Dans une société déjà pourvue d'un large équipement elle compromet le rythme de la croissance alors même que beaucoup manquent encore de l'essentiel. Au sein d'une société en voie [p. 505] d'équipement elle a normalement pour effet d'amoindrir qualitativement la portée de la croissance en dérivant une partie des forces disponibles vers des branches secondaires ou superflues — ce qui affaiblit la capacité de l'économie de venir à bout par la suite des problèmes de la pauvreté.

On peut examiner le même problème en partant de la notion de « consommation excessive »¹. Les théoriciens de l'économie — spécialement ceux qui d'une manière ou d'une autre se rattachent au courant marginaliste — déclarent volontiers qu'il s'agit là d'un concept impossible à déterminer concrètement d'une manière qui ne soit pas arbitraire : ils estiment que sa mise en œuvre aboutirait inévitablement à la destruction totale de la liberté de consommation. Cependant, sur la base d'une appréciation raisonnable de la situation, il apparaît impossible de rejeter l'idée que les multiples gaspillages suggérés ou imposés aux consommateurs ne constituent des excès de consommation.

Que la détermination du niveau de vie souhaitable ne relève pas d'une formulation statistique absolument précise et comporte le recours à des conventions ne change rien à l'affaire. Il existe aujourd'hui dans les sociétés économiquement développées une série de consommations dont la réduction ou la suppression n'altérerait en rien le bien-être des hommes. Quand la théorie économique en arrive à légitimer ou à trouver naturelles des opérations dont le contenu gêne les esprits les plus endurcis vis-à-vis des injustices sociales, alors on a le droit de tourner le dos à cette théorie.

En régime capitaliste, compte tenu du rôle central attribué à la demande solvable, le dynamisme de la croissance a pour conséquence de renforcer le rôle de la « consommation excessive » qui, encadrée et encouragée par le *marketing*, devient l'un des éléments essentiels de l'expansion. Il n'y a pas aujourd'hui de problème plus urgent que d'apprendre à désolidariser le développement économique des consommations inutiles et à remplacer celles-ci, comme facteur de prospérité, par la satisfaction des besoins essentiels dont l'analyse théorique reste à faire. Si l'on n'y prend garde, ou si l'effort de réorientation demeure insuffisant, nous

¹ *Excess consumption*, selon l'expression de BARAN (P.A.), *The political economy of growth*, Prometheus Paper Back, 1960, pp. 22-43, passim.

atteindrons assez rapidement le stade où le fonctionnement de la machine économique est subordonné à la multiplication constante et à l'élargissement croissant des consommations superflues ou futiles tandis que, tout en progressant, la satisfaction des besoins essentiels des non privilégiés reste toujours affectée d'insuffisances et d'imperfections ¹.

De toutes les options que doivent affronter aujourd'hui les gouvernements des pays européens, celle qui touche le système de répartition des forces productives et, par là même, détermine la hiérarchie des be-[p. 506] soins satisfaits est certainement à longue échéance la plus lourde de conséquences. En tout cas l'étude des sociétés dites opulentes n'autorise pas, c'est le moins que l'on puisse écrire, à tenir pour optimal le principe actuel de distribution.

*
* *

Au total, les sociétés du monde capitaliste se caractérisent par un gaspillage permanent des ressources humaines et matérielles à leur disposition — gaspillage qui est l'un des ressorts de l'expansion. Incapable de satisfaire correctement les besoins essentiels des familles à faibles revenus le régime doit pour assurer son fonctionnement susciter constamment des besoins futiles ou imaginer des modes inutilement coûteux de distribution et de consommation. On aboutit à un culte de la dépense générateur de troubles et d'anxiétés psychologiques. Prodigue des matières premières sans souci des générations futures, le système, en raison du caractère de classe de l'éducation, n'emploie qu'imparfaitement la « matière grise » des individus nés dans les couches modestes. Nous manquons d'enseignants, de chercheurs, de médecins, d'infirmières mais l'appareil de distribution, le secteur des restaurants et cafés, les professions de la réclame (dont la publicité n'est qu'un secteur) immobilisent une quantité croissante d'énergies et de talents dans des emplois partiellement inutiles sous l'angle de l'avantage collectif. À plusieurs égards notre vie sociale offre le spectacle d'une vaste gabegie (ainsi la multiplication et

¹ Selon MYRDAL, *Challenge to affluence*, la persistance de la misère dans une économie d'abondance constituerait un phénomène typiquement américain dont il n'y aurait pas lieu d'attendre la reproduction en Europe. Le handicap essentiel des Américains à cet égard serait la crainte du *big government*, le culte des pratiques budgétaires traditionnelles et la répugnance à l'égard des grands systèmes modernes de sécurité sociale. Il est clair que les Européens sont mieux placés pour éviter les tares les plus criantes de la société opulente. Pourtant l'opinion de MYRDAL me paraît empreinte d'optimisme, l'enrichissement de nos sociétés empruntant désormais beaucoup de ses traits au modèle américain. Il serait facile de relever dans les partis travaillistes et socio-démocrates eux-mêmes des signes de sympathie à l'égard des formules américaines.

l'embellissement des postes distributeurs d'essence) dont les couches non favorisées supportent le poids principal.

IV. ALIÉNATION DES CONSOMMATEURS DANS LES SOCIÉTÉS MODERNES

[Retour à la table des matières](#)

Voici quelques mois (janvier 1963) le gouvernement britannique communiquait à la presse les conclusions d'une enquête semi-officielle sur les changements sociaux survenus en Grande-Bretagne au cours des dernières années. Ce rapport soulignait en des termes un peu trop optimistes l'élévation du niveau d'existence (amélioration de la nourriture, extension des services de santé, généralisation de l'éducation, allongement et perfectionnement des loisirs). Mais il énonçait aussi divers facteurs défavorables : développement de l'angoisse et de la violence, [p. 507] expansion de la délinquance juvénile et des naissances illégitimes ; niveau prodigieux atteint par le jeu sous toutes ses formes ¹ ; sentiment de mécontentement diffus dans la masse à l'égard des enrichissements trop rapides.

À tout prendre, ce tableau n'est pas très différent de celui que l'on pourrait brosser d'autres sociétés ayant atteint le même niveau économique ou s'en rapprochant. On y observe une nette pénétration des modes de consommation et habitudes de vie en honneur aux États-Unis. C'est le processus d'« américanisation » — terme que les Américains ont tendance à rejeter en déclarant qu'il s'agit simplement là des étapes initiales sur la route de l'opulence, la seule originalité des États-Unis étant d'avoir emprunté ce chemin les premiers.

Autre trait de portée quasi universelle : l'accroissement du nombre des maladies mentales et des troubles névrotiques. Il est à peine exagéré d'écrire que dans les sociétés économiquement développées ces affections tendent à faire partie du mode d'existence. Selon des psychologues, les États-Unis — où l'on recense cinq millions de personnes qui souffrent de maladies mentales ou nerveuses (dont 400 000 ayant besoin d'une surveillance continue) — seraient passés, en trente ans, de l'âge de l'anxiété latente à celui de l'anxiété déclarée. L'anxiété trouve son origine dans un sentiment d'impuissance des hommes à l'égard des facteurs susceptibles

¹ Sur l'ampleur actuelle de ces pratiques, voir le *Sunday Times* du 7 avril 1963, p. 21, et le *New York Times* du 7 septembre 1963. Selon ce rapport les Anglais qui ont toujours été de forts parieurs auraient consacré au jeu en 1961 762 millions de livres (soit près de 14 par tête de population). Devenus légaux en 1960 les clubs de jeu (*gambling houses*) se compteraient aujourd'hui par centaines. Les autorités sont sensibles aux excès de tous ordres que suscite une telle situation : voir à ce propos le *Report on inquiry into gaming*, H.M.S.O., Cmnd 2275. Des tendances analogues s'observent en France, notamment pour les courses de chevaux (noter en particulier l'importance prise par le tiercé). Le montant des enjeux risqués chaque semaine par les turfistes serait voisin de 40 millions de francs.

d'affecter ou de bouleverser leur existence. On peut se demander si la course à la consommation comme élément du statut social n'est pas susceptible de renforcer l'angoisse.

Le sentiment que donne la situation du consommateur dans les sociétés dites opulentes et spécialement aux États-Unis est celle de l'insertion de l'individu dans un engrenage conçu en fonction des nécessités de la production. Le jeune américain de condition moyenne, dès ses études terminées, entre dans une grande affaire, se marie et demande un prêt à la banque. Il est ainsi en mesure d'acheter une automobile et de payer la première annuité d'une maison suburbaine qu'il commence alors à meubler et à améliorer. En peu d'années il s'endette jusqu'à la limite de ses possibilités, tout, de la pompe du jardin aux livres de la bibliothèque, s'achetant à crédit. Le système économique repose sur cette longue chaîne continue d'engagements qui permet certes aux familles de mieux vivre dans l'immédiat mais en compromettant leur liberté de manœuvre pour l'avenir.

À vrai dire le système est si bien rodé que cette servitude à l'égard de la consommation n'est plus ressentie comme telle. La docilité aux consignes des producteurs devient la base même de l'existence et les [p. 508] journaux professionnels n'hésitent plus à calculer les avantages qu'ils pourront tirer de l'appétit supposé de chaque bébé venant au monde — celui-ci devant consommer au cours de son existence selon le magazine *Progressive Grocer* 2 000 douzaines d'œufs, 17 500 quarts de lait, 12 000 lb. de viande, poisson et volaille, 13 500 lb. de pain et de céréales. Une telle certitude, même d'ordre purement statistique, à l'égard des futurs clients, surprendra moins si l'on sait que l'Américain moyen est censé recevoir des messages publicitaires à la cadence de 1 500 par jour ¹.

Comme l'attestent en France le récent accroissement des dépenses de publicité et le développement des ventes à crédit, de tels phénomènes ne sont plus caractéristiques de la seule Amérique. Actuellement l'on tente de rééditer auprès des Français l'opération qui a si bien réussi aux États-Unis : présenter le mode de vie de la classe dominante comme s'il s'agissait d'un modèle idéal d'existence et d'un modèle accessible à tous grâce à l'efficacité du régime capitaliste. Peu importe que ces affirmations constituent une double imposture dès l'instant que les travailleurs manuels les mieux payés sont en mesure, souvent au prix d'un lourd endettement, d'acquérir quelques-uns des objets dont la possession renforce le statut social. Peu importe également que cette consommation privée se développe au détriment de besoins sociaux bien plus importants : seuls les malades connaissent effectivement

¹ Données tirées d'une enquête de Paul Ferris « America's vision of plenty » in *The Observer*, n^{os} des 15, 22 et 29 septembre 1963. Ce reportage qui part de l'idée que l'Amérique constitue le pays ayant « the clearest vision of what material wealth and the good life are all about » représente pourtant par plusieurs côtés un sévère réquisitoire contre l'économie de futilité.

l'état de vétusté de tant de nos hôpitaux et les étudiants le niveau d'encombrement des bibliothèques universitaires.

Aux prises avec une lourde pression sociale l'individu éprouve un véritable sentiment d'aliénation s'il ne parvient pas à obtenir la possession du bien (ainsi le véhicule à moteur) qui fait l'objet d'une telle réclame. P.H. Chombart de Lauwe observe à ce propos que c'est le souci d'augmenter le revenu qui conduit le plus souvent la femme à travailler (beaucoup de ménages déclarant qu'elle ne devrait pas avoir d'activité professionnelle si l'homme disposait d'un salaire suffisant). Or les transformations dans la vie familiale modifient à leur tour la structure des besoins. « Des modèles culturels nouveaux, ajoute Chombart de Lauwe, tendent à remplacer les anciens, orientent les ménages vers de nouvelles pratiques de consommation »¹. En somme la volonté d'accroître les consommations familiales pousse la femme à chercher une occupation propre mais son éloignement du foyer rend utile ou nécessaire l'acquisition de nouveaux équipements ménagers qui compensent le temps utilisé ailleurs. Ainsi se créent de nouveaux besoins qui répondent non à un souci de luxe ou d'agrément mais à une stricte nécessité. Les familles sont prises de la sorte dans un engrenage sans fin.

[p. 509] Comme l'a bien vu P. Belleville² il se crée ainsi une véritable paupérisation psychologique à laquelle les intéressés tentent d'échapper en se procurant au moins les caractéristiques apparentes du modèle d'existence de la catégorie dominante. Et dans la mesure où malgré l'apport du travail féminin ils ne disposent pas des revenus indispensables à de telles acquisitions beaucoup n'hésiteront pas à s'endetter ou à sacrifier d'autres besoins (y compris ceux de nourriture ou de logement). En dépit des spéculations à la mode sur l'« atomisation » du pouvoir social, le domaine de la consommation nous rappelle chaque jour la capacité d'orientation de la collectivité que détient la minorité dirigeante — celle-ci finissant même par imposer en quelque mesure son pouvoir à ceux qui en contestent la légitimité.

Conséquence de cette imprégnation des couches modestes et dominées par les idéaux et les standards d'existence du groupe dominant : la création entre des hommes que sépare toute la vie sociale de diverses solidarités par suite d'une certaine communauté de consommation (possesseurs de la 2 CV et de la Cadillac unis pour réclamer la baisse du prix de l'essence et la création d'autoroutes). Sur cette base la demande d'établissement de parkings prend une telle ampleur qu'elle finit par faire oublier la pénurie de locaux scolaires. Bien que partielles et étroitement limitées, de telles solidarités ne sont pas sans influence sur le réseau des relations sociales. Elles entrent dans ce mécanisme d'égalité-fiction par lequel

¹ In *Traité de sociologie du travail* de C. FRIEDMANN et P. NAVILLE, Paris 1962, tome II, p. 335.

² In *Une nouvelle classe ouvrière*, Paris 1963, pp. 32-41. Voir aussi les observations de GORZ (A.) in *Les Temps Modernes*, septembre-octobre 1962, pp. 385-402.

les puissants parviennent à dissocier le front des humbles en ouvrant à quelques-uns de ceux-ci la possibilité de sortir du lot commun de leur groupe ou du moins d'avoir l'impression de le faire.

Figure dans cette catégorie la technique dite du « capitalisme populaire » dont le but est de créer une couche de tout petits actionnaires bien entendu sans aucun pouvoir sur la gestion des firmes mais susceptibles de joindre leurs efforts à ceux des gros financiers quand il s'agira de défendre la structure privée des biens de production. Autre aspect de cette désagrégation des couches dominées : la mobilité dite verticale qui permet au groupe dominant, selon ses besoins, d'attirer en son sein les meilleurs éléments des premières.

Actuellement, l'organisation de la consommation privée sur la base de la demande solvable renforce l'attraction exercée par la classe dominante sur le reste de la collectivité. En tant qu'il constitue à la fois un mode d'accès et un système d'assujettissement à cet univers, le crédit à la consommation représente une technique de renforcement du régime dont nous n'avons pas encore apprécié suffisamment la portée. On a beaucoup discuté sur ses avantages et ses inconvénients économiques. [p. 510] Presque rien n'a encore été écrit sur ses incidences socio-politiques qui ne sont certainement pas négligeables.

Le point important est que le capitalisme se défend en consolidant et en renforçant ses marges de profit. Nous avons déjà rencontré ce processus d'une auto-défense financièrement profitable aux intéressés à propos de la presse hebdomadaire illustrée et de la presse dite du cœur. Tous ces phénomènes jouent dans le même sens : consolidation des rapports de dépendance sans que la moindre violence, même purement verbale, soit effectuée à l'égard de l'élément dominé. C'est en somme faire servir à la protection du régime tout ce que l'individu porte en lui d'angoisse, de frustration, d'envie, de rêve aussi.

Le progrès technique aurait pu constituer un puissant instrument de libération de l'homme. Dans les structures sociales présentes, la technique a valu aux travailleurs quelques commodités matérielles mais rien n'a été fait ou presque pour détruire la subordination morale de l'ouvrier aux impératifs du profit. Le travailleur reste un outil de la production. Un mouvement du même ordre s'est développé dans l'ordre de la consommation spécialement du fait de l'expansion de la production en masse ¹. Le consommateur est voué à la condition d'un débouché solvable dont les

¹ Marx a eu une juste intuition de ce problème en écrivant (*Manuscrits de 1844*, Paris 1962, pp. 100-101) : « Dans le cadre de la propriété privée ... tout homme s'applique à créer pour l'autre un besoin *nouveau* pour le contraindre à un nouveau sacrifice, le placer dans une nouvelle dépendance et le pousser à un nouveau mode de *jouissance* et, par suite, de ruine économique ... Avec la masse des objets, augmente donc l'empire des êtres étrangers auquel l'homme est soumis et tout produit nouveau renforce encore la tromperie économique et le pillage mutuel ... Un eunuque ne flatte pas avec plus de bassesse son despote et ne cherche pas à exciter ses facultés émoussées de jouissance pour capter une faveur avec des moyens plus infâmes que l'eunuque

manipulateurs astucieux étudient les caractéristiques pour les mieux utiliser. Le travailleur, il est vrai, a formé des syndicats et se met en grève : même s'il se résigne, peut-être provisoirement, au système présent, le salarié connaît les conditions de sa libération. Le consommateur en est toujours à la phase de la domination paternaliste. Qui lui apprendra à s'unir pour exiger que la production soit subordonnée à la consommation ? Là est le vrai problème : je voudrais en esquisser les dimensions.

industriel, le producteur, pour capter les pièces blanches et tirer les picaillons de la poche de son voisin très chrétiennement aimé ».

[p. 511]

CHAPITRE XVI

EXPOSÉ DES PROJETS DE RÉFORME

[Retour à la table des matières](#)

LES GROUPEMENTS habituels de consommateurs accomplissent certes du travail utile au profit des consommateurs. Cependant, sans même évoquer la modicité de leurs ressources, la valeur de ces démarches est limitée par le fait que, *grosso modo*, ces organismes acceptent les impératifs et les servitudes de l'économie de marché. Le propre de nos systèmes économiques est de rechercher l'adaptation des besoins aux équipements et à la force de travail disponible. Il n'y a pas de solution complète aux problèmes de la consommation si l'on n'admet pas la nécessité de renverser cette relation. C'est dans la notion que « le but de la société n'est pas le travail, mais la consommation »¹ que réside le critère d'un éventuel redressement de la situation sans lequel les admirables possibilités ouvertes par le progrès technique aboutiront nécessairement à la création d'un nouvel esclavage².

V. Packard note que la surabondance des biens peut parfaitement entraîner une détérioration qualitative de l'existence et même du plaisir de vivre³. Aussi propose-t-il un catalogue en apparence assez complet des mesures susceptibles d'humaniser en quelque sorte la production en masse. Mis à part quelques vœux sans beaucoup de portée sur la nécessité d'acheter avec prudence et de favoriser la qualité, Packard tient pour le problème central l'établissement d'un équilibre raisonnable entre la

¹ In *Le plan Sauvy*, Paris 1960, p. 38.

² Dans *L'image ou ce qu'il advint du rêve américain* (ouvrage traduit de l'anglais), Paris 1963. D.J. BOORSTIN estime que l'opulence, tout en immunisant les Américains contre le matérialisme a pour résultat de submerger d'ombre leur conscience et de les inciter à inonder le monde de leurs propres images. Culte de l'image et refus de la réalité tels seraient les résultats de l'abondance matérielle. En somme les problèmes que connaît l'Amérique lui viendraient non de ses faiblesses mais de ses points forts (instruction, richesse, progrès...)

³ *L'art du gaspillage*, *op. cit.*, IV^e partie.

production et la population dont l'un des objectifs majeurs serait de réduire l'hémorragie des ressources naturelles. Il propose à cet effet plusieurs solutions : diminution de la durée des heures de travail en fonction de l'augmentation du rendement ; freinage de l'économie même si l'opération doit entraîner une baisse du standing d'existence ; affectation de plus d'énergie et d'argent à des inventions véritablement [p. 512] nouvelles ; déplacement systématique des activités productives vers les branches de services qui utilisent en une large mesure de la « matière grise » (activités culturelles, professions médicales, enseignement...). Autre orientation suggérée : recherche de nouveaux débouchés pour l'énergie créatrice de la nation, ceux-ci ne pouvant plus être trouvés désormais que dans le domaine public et la satisfaction des besoins collectifs.

Ce catalogue n'est pas sans intérêt. Il présente pourtant des défauts graves dont une tendance à sous-estimer l'état de pauvreté qui caractérise encore de vastes zones ou milieux des États-Unis. Cependant, le défaut central de ce catalogue hétérogène et incohérent est d'ignorer que les contradictions observées ne pourraient être levées que par l'établissement et la mise en application rigoureuse d'un système de priorités — ce qui exigerait la présence d'un organisme central capable de substituer un régime déterminé d'allocation des ressources aux impulsions de la demande solvable.

Là en effet, et tout spécialement dans l'ordre de la conservation des ressources naturelles¹, résident la question fondamentale et la difficulté centrale. Si l'on veut conserver pour le tout ou pour l'essentiel le critère de la solvabilité dans la détermination des besoins, la logique même du régime limite à des objectifs somme toute secondaires l'action au profit des consommateurs. Or dans un régime en tous points inégalitaire, qu'il s'agisse du pouvoir économique (choix des investissements) et de la répartition des revenus, il serait difficile par suite de la résistance des privilégiés de réaliser une altération substantielle du principe de la demande solvable. Autrement dit, dans cette perspective, on en arrive vite à l'idée que la volonté de remettre l'économie sur ses pieds — c'est-à-dire d'en adapter le fonctionnement aux besoins authentiques des hommes — est inséparable de la réforme sociale dans son ensemble.

¹ Dans l'ouvrage collectif *The New Argument in Economics*, The public versus the private sector, New York 1963, J.W. MILLIMAN pose le problème « Can people be trusted with natural resources ? » (pp. 72-106 avec une intéressante bibliographie). Son idée est que le système de marché et celui de l'allocation publique ont l'un et l'autre des imperfections aussi bien théoriques qu'opérationnelles. Ce souci de tenir la balance égale entre les deux secteurs me paraît assez étrange : on ne saurait raisonnablement attendre de la firme à la recherche du profit maximum qu'elle s'impose elle-même des restrictions en vue de ne pas compromettre ou saccager le patrimoine des générations futures. Seuls l'intéressent les coûts privés et non les coûts sociaux de la production. Je ne crois pas qu'il soit possible d'assurer la conservation des ressources, comme aussi la protection de la nature, sans l'intervention d'un mécanisme public de décision qui dispose d'une faculté de réglementation autoritaire.

Avant de formuler quelques propositions susceptibles de faciliter ce redressement, je voudrais exposer brièvement quelques uns des systèmes de pensée et d'intervention suscités par le désir de valoriser la position des consommateurs.

[p. 513]

I. L'ÉCONOMIE COLLECTIVE

[Retour à la table des matières](#)

Partons d'une définition simple en considérant l'économie collective comme l'ensemble des entreprises ayant un but de service par opposition à celles fonctionnant dans un esprit de lucre ou de rapport. La fixation d'un objectif de service — selon le cas celui des adhérents ou de l'ensemble de la communauté — n'exclut nullement certes la préoccupation d'obtenir un bon rendement des facteurs utilisés mais l'activité de l'organisme cesse d'être gouvernée par la recherche du profit maximal.

Cette libération de l'entreprise à l'égard des impératifs et servitudes du gain monétaire constitue justement le trait qui donne son unité à la catégorie de l'économie collective et lui confère sa légitimité tant morale que scientifique. Il est toutefois commode de diviser cet ensemble en deux catégories : les entreprises d'économie collective de nature volontaire dont le niveau d'activité et le mode de fonctionnement dépendent de la collaboration des membres (principe dit par les coopérateurs du self help) ; les entreprises publiques d'économie collective, c'est-à-dire les exploitations créées dès leur origine par les pouvoirs publics ou passées ultérieurement sous leur contrôle.

Les entreprises du secteur coopératif constituent l'élément le mieux connu et le plus important de l'économie collective de type volontaire. Ce sont à la fois des associations et des entreprises, plus exactement des associations qui sont en même temps des entreprises — associations formées d'entités ou d'agents économiques modestes qui cherchent dans une action commune une amélioration de leur situation. Du point de vue du consommateur la pièce essentielle du dispositif de la coopération est formée par les coopératives de consommation dont j'ai donné une vue générale dans un précédent chapitre. J'ai également signalé le rôle de la formule dans le domaine de l'habitation.

Le domaine de la coopération varie d'un pays à l'autre. En Belgique, par exemple, la formule a pu s'implanter dans la distribution des produits pharmaceutiques. C'est en 1882 que furent ouvertes à Bruxelles les deux premières officines coopératives.

Actuellement ¹ l'organisation professionnelle unifiée de ces coopératives — l'Office des Pharmacies Coopératives de Belgique — groupe 25 sociétés qui exploitent environ 320 officines soit près de 7,5% du total des officines ouvertes en Belgique (l'effectif des coopérateurs étant de l'ordre de 400 000). Les pharmaciens [p. 514] indépendants sont rassemblés, en grande majorité (2 500), dans l'Association Pharmaceutique Belge. En mars 1956, l'Office et l'Association ont conclu un *modus vivendi* aux termes duquel la seconde admet le principe de la ristourne coopérative moyennant une collaboration loyale du premier à la défense de la profession pharmaceutique sous ses divers aspects.

Bien qu'on n'ait pas l'habitude de l'introduire en totalité dans l'économie collective, je voudrais mentionner ici le secteur de la mutualité ². L'article premier du Code de la Mutualité définit les sociétés mutualistes comme des « groupements qui, au moyen des cotisations de leurs membres, se proposent de mener, dans l'intérêt de ceux-ci ou de leur famille, une action de prévoyance, de solidarité ou d'entraide... ». Signalons l'implantation de la formule mutualiste dans la branche des assurances, les mutuelles d'assurances (ainsi Mutuelle Assurance Automobile des Instituteurs de France), possédant le double avantage de n'avoir pas de capital à rémunérer (réduction des charges) et d'être en mesure de limiter leur clientèle à un milieu déterminé de nature stable (limitation des risques). Il existe une Fédération Nationale de la Mutualité qui rassemble la presque totalité des sociétés mutualistes. On notera que sous réserve de difficultés et controverses actuelles (notamment dans l'ordre de la pharmacie) l'institution de la Sécurité Sociale a laissé subsister l'action mutualiste qui se conjugue efficacement avec celle de l'assurance obligatoire. L'idée mutualiste fait l'objet de nombreuses applications en agriculture dans le cadre d'une organisation spécialisée.

En définitive on voit s'affirmer au sein de l'économie capitaliste de nombreuses activités d'aide mutuelle. Il existe en Allemagne Fédérale une Commission permanente de l'aide mutuelle qui groupe plus de trente organisations centrales dont les activités touchent au domaine du *self help*. Ces organismes embrassent environ 30 000 entreprises d'aide mutuelle (citons par exemple la Confédération des sociétés du théâtre populaire allemand, l'Aide mutuelle des propriétaires de petits jardins et bien entendu le secteur coopératif) ³.

Dans l'autre branche de l'économie collective on doit tout d'abord mentionner les entreprises d'économie communale. Durant les dernières décennies du 19^e siècle il est apparu que de nombreux services économiques (fourniture de l'eau, du gaz, de

¹ Chiffres extraits d'une étude de RAMAEKERS (R.), « Aspects du mouvement coopératif en Belgique », *Socialisme*, septembre 1963, p. 562.

² Pour une brève présentation générale, voir *Les institutions sociales de la France*, op. cit., pp. 111-118

³ Voir l'étude de WEISSER (G.) et BLUME (O.), « Réalisation de l'aide mutuelle dans la République Fédérale allemande », *Annales de l'Économie Collective*, mai-août 1959, pp. 264-311.

l'électricité, réseau des tramways ou des chemins de fer secondaires...) se prêtaient à l'exploitation municipale beaucoup mieux qu'à toute autre forme d'entreprise. Ce mouvement s'est développé plus ou moins vite et plus ou moins largement selon les pays.

[p. 515] En France il s'est heurté, au départ, à une vigoureuse hostilité du Conseil d'État saisi de recours contre ces mesures soit par des contribuables, soit par des commerçants qui souffraient d'une telle concurrence. Aujourd'hui encore, mis à part les domaines qui ressortent traditionnellement à l'action publique (hygiène, assistance...) et sans oublier la nationalisation de certaines branches (électricité, gaz) le Conseil n'admet la création d'un service économique que s'il s'agit d'un besoin public auquel l'initiative privée ne pourvoit pas ou ne pourvoit que médiocrement ou incomplètement. Par contre, cette méthode s'est considérablement développée en Belgique où elle prend d'ailleurs des formes diverses.

Dans ce pays, l'un des aspects les plus intéressants du mouvement a été la création d'organisations intercommunales qui fonctionnent à l'échelon régional ou national. Ce groupement des efforts est commandé par le progrès technique qui pousse normalement à une centralisation de la production. Citons par exemple pour la province de Liège l'Intercommunale de Voirie, l'Association liégeoise du Gaz, l'Association liégeoise d'Électricité, etc. Mentionnons également comme intercommunale nationale, le Crédit Communal de Belgique dont l'objet est d'octroyer des prêts aux provinces et aux communes ou encore des prêts garantis par celles-ci.

Il existe une querelle entre les coopérateurs au sujet de la qualification de tels organismes. Les uns (G. Fauquet) y ont vu de simples éléments du secteur public, d'autres les tenant au contraire pour des applications du principe de la coopération (« régies coopératives » de B. Lavergne ou « coopératives de pouvoirs publics » d'A. Buttgenbach). Ces derniers estiment qu'il y a deux sortes de coopération : l'une purement volontaire, de droit privé et l'autre de droit public. Il semble *a priori* difficile de trancher entre ces deux thèses : en principe ces organismes ne comportent pas de volontariat dans l'adhésion mais, d'un autre côté, ils utilisent plusieurs principes rochdaliens pour leur gestion. Tenant la liberté d'adhésion pour un principe essentiel de la coopération, je doute que l'on puisse considérer comme d'authentiques coopératives des organismes qui obligent tous les habitants d'une ville ou d'une région à utiliser leurs services sans que ceux-ci puissent, s'ils sont mécontents des prestations faites, constituer des organisations rivales.

Je crois que la même observation vaut, *a fortiori*, pour les nationalisations de type britannique ou français. En admettant même — ce qui n'est vrai que sur le papier — que ces entreprises fassent une certaine place aux consommateurs dans l'élaboration des décisions, je ne crois pas qu'on puisse les considérer comme une extension du principe coo-[p. 516] pératif. En réalité l'un des soucis des coopérateurs a justement été d'affirmer que la nationalisation d'une coopérative

marquerait un recul (risque d'étatisation) et que dès lors il faut établir les domaines respectifs de ces deux formules (voir, en particulier, la politique dite de bon voisinage que préconisait Louis de Brouckère). En somme, les coopérateurs, même quand ils admettent la nécessité ou l'utilité des nationalisations, entendent sauvegarder le secteur coopératif de tout empiètement gouvernemental ou immixtion publique — le mouvement coopératif britannique ayant pris violemment position contre certains projets du parti travailliste qui, sur divers points risquaient de contrarier sa libre et pleine expansion.

Nous avons donc assisté au cours des dernières décennies par le moyen de l'économie collective à une double progression de la coopération et de la gestion publique dans le secteur capitaliste. Intervenant sur des plans différents les deux mouvements traduisent pourtant des aspirations identiques : le souci de substituer une économie de service du consommateur ou de l'usager à une économie de rapport. Observons pourtant que ces efforts n'ont pas permis d'arracher au grand capitalisme son pouvoir d'orientation de l'activité nationale.

J'ai précédemment attribué au fonctionnement du système capitaliste la responsabilité principale de l'exploitation que subit le consommateur dans les sociétés modernes. Dès lors toute démarche tendant à réduire l'aire d'extension de ce régime paraît susceptible d'améliorer la position relative de la consommation. Le raisonnement est valable sous la condition que le dispositif anti-capitaliste soit assez puissant pour transformer l'esprit et l'équilibre du contexte socio-économique. Il faut en somme que l'offensive soit assez forte pour provoquer une modification réelle de la règle du jeu. S'il n'en va pas ainsi, les groupes d'affaires, un instant amoindris, retrouvent leur dynamisme et, l'argent de l'indemnisation aidant, pénètrent dans des secteurs nouveaux, souvent d'un meilleur rapport que les branches nationalisées. La couche économique dominante se trouve dès lors en mesure de neutraliser les comportements adverses, voire de contraindre les opposants à la suivre sur son propre terrain sans avoir toujours les moyens d'y faire bonne figure. Non seulement le résultat initialement visé n'est pas atteint mais la déception subie crée un sentiment de méfiance ou d'indifférence à l'égard des réformes dites de structure qui, toutes choses égales, ne peut que renforcer l'aptitude à durer de l'ordre existant.

Voici déjà plusieurs années, G. Lasserre a proposé un socialisme coopératif et fédéraliste reposant sur une double notion de la démocratie [p. 517] économique. Une démocratie économique proprement dite : celle des consommateurs mais aussi une démocratie industrielle : celle des travailleurs. Et il motive ce dualisme en écrivant que « dès qu'on élimine le capitalisme et les droits exorbitants qu'il donne à la propriété, c'est sous ces deux aspects que l'homme se présente dans la vie

économique : c'est à ces deux points de vue que ses intérêts et les droits de sa personne doivent être défendus et défendus par lui-même ¹.

Cette vue concorde avec l'idée exprimée en ce livre que la protection du consommateur en tant que tel est liée à la réforme sociale dans son ensemble. Les groupes qui défendent les consommateurs à mesure que les produits viennent sur le marché ne se rendent pas suffisamment compte qu'à ce niveau les jeux sont faits. C'est au niveau de la production, plus précisément à celui de la répartition des forces productives qu'il faut se placer pour exercer une action utile. Au total c'est dès le départ du processus économique, et non à son point d'arrivée que doit intervenir la protection du consommateur. Mais, en exprimant cette vue on est nécessairement amené à conclure que la défense du consommateur est difficilement détachable de celle du travailleur.

II. LA FORMULE DE L'ÉCONOMIE DISTRIBUTIVE

[Retour à la table des matières](#)

Telle est, en tout cas, la position assumée par l'école de l'économie distributive dont la doctrine reste liée au nom de J. Duboin. Encore que, par la confiance vouée à la puissance des machines et à la valeur des agencements rationnels, l'économie distributive ne soit pas indemne de quelques arrière-plans technocratiques (parenté initiale avec les partisans américains de la technocratie des années 1930) il s'agit d'un effort important pour donner une dimension neuve aux problèmes de la consommation. Je voudrais en présenter rapidement les thèmes généraux ².

Le Mouvement français pour l'abondance naît en 1932. C'est l'époque où l'on assiste à la destruction d'excédents agricoles réputés invendables tandis que règnent dans les pays économiquement les plus avancés la misère et la sous-alimentation. Une loi brésilienne du 7 décembre 1931 prévoit l'achat, à l'aide de fonds bancaires, de tous les stocks de café existants et de la nouvelle récolte — les quantités ainsi acquises devant ensuite être détruites à raison de 1 million de sacs par semaine jusqu'à un total de 12 millions. Actuellement les politiques mises en [p. 518] œuvre sont moins brutales mais le potentiel de production agricole de plusieurs des grands pays capitalistes reste bien éloigné d'une utilisation complète. Et après tout le binôme « gaspillage-pauvreté » est aussi scandaleux que celui « destruction de produits-indigence ».

¹ In *Socialiser dans la Liberté*, La vocation de l'Europe, Paris 1949, p. 284.

² Pour une présentation récente, voir LAUDRAIN (M.), *La voie française du socialisme*, postface de J. DUBOIN, Paris 1963.

Le but fondamental de l'économie distributive est d'organiser et de régulariser la production en vue d'assurer sa concordance avec le revenu social distribué. Autrement dit, il est indispensable de remettre aux hommes un pouvoir d'achat global qui corresponde à la production réalisée. Le système part du travailleur mais en fixant ses ressources à un niveau qui permette l'utilisation optimale des biens et services disponibles. Si l'économie distributive devait être exprimée en une formule, il faudrait retenir ce souci d'un parallèle constant entre la production et la consommation, ou, si l'on préfère, la volonté de fixer, de manière jointe, la situation de l'homme comme travailleur et comme consommateur. C'est dans la mesure où cette jonction sera correctement faite que le système économique, tout en comportant l'utilisation maximale des facteurs humains et mécaniques, évitera les excédents et gaspillages qui caractérisent le régime actuel.

Le point de départ est le plan, un plan qui repose sur le calcul des besoins sociaux et qui comporte l'obligation pour les exécutants d'atteindre les niveaux prévus. La réalisation de ce plan exige un apport travail qui est demandé à tout individu actif c'est-à-dire apte à exercer une occupation. En principe l'individu choisit librement sa profession dans le cadre des opérations économiques requises par l'exécution du plan — les progrès de la science et de la technique industrielle devant permettre de réduire progressivement la durée de ce service. Le plan détermine le revenu social, c'est-à-dire le volume des biens de consommation et des services publics.

En vue d'assurer l'acheminement de ce revenu social vers ses destinataires finaux, il est remis à chaque travailleur-consommateur du service social des bons de consommation qui remplacent la monnaie actuelle. Ces bons peuvent être utilisés pour la consommation immédiate mais il est loisible au bénéficiaire d'en réserver une partie en vue d'acquérir des biens trop chers pour être réglés sur les bons d'une seule paye. De la même manière un pouvoir d'achat en bons de consommation est attribué à ceux qui sont retraités du service social ou n'en font pas partie (enfants, mères de famille, malades, invalides...). Le revenu social étant réparti entre tout le monde, de la naissance au décès, la nécessité d'épargner pour sauvegarder l'avenir prend fin.

Dans ce système, la plupart des structures actuelles du monde capitaliste disparaissent totalement ou partiellement. La monnaie et le commerce de l'argent sont supprimés. La propriété est strictement personnelle, tous les biens du défunt revenant à la collectivité. Il n'y a plus d'imposition fiscale, les dépenses des services étant inscrites dans les charges du plan et couvertes par des avances en bons de consommation faites par la banque nationale dont la fonction se limite à celle d'une caisse de dépôt et de distribution des biens de consommation.

À première vue, un tel programme peut sembler entièrement utopique. Écoutons pourtant un homme de la sagesse et de l'expérience d'E. Antonelli nous dire que « l'économie distributive n'est pas née de l'imagination ou même de la volonté des individus mais des transformations de la vie qu'imposent les progrès des

techniques et de la science »¹. Ce système en tout cas, s'il s'inspire de la pratique soviétique pour tout ce qui concerne le calcul et l'organisation de la production, rejette cette expérience au niveau de la distribution et de la consommation (l'U.R.S.S. continuant de faire dépendre la rémunération de la productivité sociale du travail, d'où de grandes inégalités dans le mode de vie et l'accès aux biens consommables).

Si on l'examine en lui-même, le principe de l'économie distributive paraît à plusieurs égards supérieur à celui de la demande solvable. Il suffit pour s'en convaincre de considérer le cas des produits agricoles encore rares (viande, beurre...) que l'État acquiert pour les stocker avec l'argent des contribuables et qu'il lui arrive parfois d'exporter avec des pertes considérables, les Français qui en auraient besoin ne pouvant se les procurer faute de ressources suffisantes. En somme, le système du marché tend à présenter comme des phénomènes de saturation une accumulation de denrées qui est simplement le signe de la sous-consommation des ménages modestes (carences alimentaires chez les familles nombreuses). Il est vrai que dans notre régime toute distribution de ces aliments ne s'effectuant pas selon les indications de la demande solvable serait violemment combattue par les groupes de pression du commerce.

Ceci admis, le problème essentiel de l'économie distributive, sous l'angle de la suppression des gaspillages et des excédents, serait de faire coïncider sans à coups majeurs un flux de produits extrêmement diversifiés au débit parfois peu maîtrisable mais assez régulièrement croissant avec la quantité totale demandée de chaque produit par les millions de consommateurs qui s'y intéressent. Cet « emboîtement » pour reprendre un terme d'H. Muller², déjà malaisé à accomplir dans les phases de pénurie généralisée, devient beaucoup plus difficile à réaliser et, simplement, à concevoir en période d'abondance même relative. Muller propose [p. 520] pour y parvenir une version nuancée du « distributisme ». Ainsi il suggère un système de prix qui soient d'un côté dissociés des coûts et des revenus, de l'autre fluctuants (à produits rares : prix élevés ; à produits abondants : prix bas ou nuls) ; le bon prix dans cette optique est celui qui équilibre l'offre et la demande à la limite de rupture de réapprovisionnement. Quant aux revenus, Muller les voudrait d'une part dissociés des prix et de la durée du travail, de l'autre distribués selon la qualification, la fonction et les besoins.

Il ne semble pas qu'un système complet d'économie distributive soit susceptible de s'implanter à bref délai dans une société complexe (plusieurs des propositions particulières faites à ce titre, ainsi versement de retraites à plein revenu, méritant d'être prises en considération). Je vois bien tous les avantages moraux et sociaux

¹ *Les problèmes des structures : Communisme et Hors Série* (Études d'Économie Humaniste, tome V), Montpellier s.d., p. 288.

² Voir son ouvrage *Monsieur Bourgueil*, (Rabat) 1959.

que pourrait comporter la suppression de la monnaie : cependant, même en tenant compte des nouvelles calculatrices électroniques, il reste difficile d'imaginer les conditions concrètes d'établissement et de tenue de la comptabilité produits qu'imposerait nécessairement sa suppression. Cependant, en dépit de ces réserves, il reste possible et souhaitable d'envisager un certain allègement des circuits monétaires actuels.

La doctrine de l'économie distributive a le mérite d'illustrer les défauts considérables de la pratique économique qui gouverne nos sociétés. Des analystes, pourtant fort éloignés de toute idée de distributisme, mettent également l'accent, en certains cas de manière plus rigoureuse, sur des phénomènes de ce type. C'est le Centre de la Socio-Économie qui nous révèle que dans la France de 1963 plus d'un tiers de la population ne dispose que de ressources inférieures aux deux tiers du minimum social. On imagine les distorsions par rapport aux besoins essentiels que peut créer une situation de cet ordre au niveau de l'affectation des ressources. Et le Centre a raison de souligner que l'équilibre à réaliser est l'équilibre prix-ressources pour toutes les catégories de consommateurs : les travailleurs en activité certes mais aussi les personnes à charge dans les foyers (mères et enfants, ascendants, invalides, handicapés physiques) ¹.

En définitive tout le problème est de savoir si l'économie de marché permet d'exploiter rationnellement le progrès technique ; de répartir les facteurs productifs d'une manière qui tienne compte des besoins essentiels des hommes (travailleurs et non travailleurs) ; d'éviter la destruction des biens ou la sous-utilisation du potentiel de production. Sur la base de l'observation sociologique de toutes les sociétés industrielles capitalistes il ne saurait y avoir d'autre réponse que négative. L'étude des [p. 521] consommations non accomplies et des besoins insatisfaits en apporte quotidiennement la preuve.

Compte tenu des observations faites au titre de l'économie collective, qui connaît déjà de larges réalisations et de la formule de l'économie distributive qui demeure un schéma idéal, est-il possible de poser quelques jalons pour l'établissement d'une politique sociale de la consommation ?

¹ Dans cette perspective il faut lire l'ouvrage de VINOT (P.), *Expansion et monnaie saine dans une société de liberté*, Paris 1960.

III. FONDEMENTS D'UNE INTERVENTION SYSTÉMATIQUE

[Retour à la table des matières](#)

Je m'en tiendrai à l'énoncé de quelques grandes orientations dont le point de départ est qu'une véritable politique de la consommation ne saurait se situer exclusivement au niveau de l'emploi du revenu. C'est ainsi, nous le verrons à diverses reprises, que les exigences de la consommation sont susceptibles, si du moins les autorités décident d'en tenir compte, de peser dans un sens ou dans l'autre sur la formation du revenu.

Dans le contexte socio-politique actuel, je doute que ces suggestions trouvent une grande audience. Leur effet net serait, en déplaçant quelque peu le fardeau de l'austérité des pauvres vers les riches, de réduire l'aliénation des premiers face aux conduites et aux possessions des seconds. Or l'esprit du temps, au besoin sous des formules d'apparence neuve comme la « socialisation des acquêts » ou le « nouveau contrat social »¹ semble plutôt favorable, au moins provisoirement, à la préservation des situations acquises.

1. Couverture des besoins insatisfaits.

[Retour à la table des matières](#)

C'est un fait que dans nos pays soi-disant atteints par l'opulence toute une catégorie de consommateurs supporte des privations plus ou moins considérables par rapport au standard que la société assure à la moyenne de ses membres. Encore que l'expression passe pour malséante, il en résulte d'authentiques situations de paupérisation relative liées non pas à des insuffisances intellectuelles ou morales chez les pauvres mais à la structure des rapports sociaux.

En dépit de toute une législation d'aide à la famille ce problème continue de se poser pour l'homme chargé de famille dont la femme reste au foyer en vue d'élever les enfants. Il a été énoncé voici plus de 40 ans par Henry Ford en des termes auxquels il n'y a rien à redire aujourd'hui : « ... Le producteur n'est pas seulement un individu... C'est souvent un père de famille et il faut que sur son salaire il élève ses enfants et en fasse des citoyens utiles... Vous payez bien l'homme pour son travail, mais quelle est la dette de ce travail envers le foyer du

¹ Je vise ainsi le numéro de *La Nef* (septembre-novembre 1963 nouvelle série, cahier n° 15) qui contient un ensemble de contributions centrées sur le thème « Le nouveau contrat social ».

travailleur ?... Envers sa position de père ? » Et Ford observait : « peut-être notre vie économique ne contient-elle pas de chapitre qui nous réserve plus de surprise que la connaissance exacte de charges qui pèsent sur la journée de travail » ¹. On voit par cet exemple que si les perfectionnements techniques font l'objet d'utilisations rapides les nécessités sociales n'obtiennent d'être reconnues que bien plus lentement.

Deux séries de mobiles, aussi forts l'un que l'autre, appuient en effet l'argumentation de Ford. La première est une question de justice sociale : il est inique que le père de famille supporte en tant que tel des privations que ne connaît pas l'ouvrier célibataire ou le ménage sans enfant. La seconde raison est qu'en laissant le père de famille livré à ses seules ressources la société, dans la mesure où les enfants souffrent inévitablement de cette carence, néglige son capital le plus précieux. Moins bien nourris et moins bien éduqués dans leur jeune âge, ceux-ci risquent de n'être pas en mesure de donner plus tard tout ce qu'ils portaient en eux. Ils en pâtiront à titre personnel mais la société en souffrira elle aussi. On voit ainsi que derrière les besoins insatisfaits se profile un gaspillage de ressources humaines. Autrement dit la politique de la consommation au sens le plus large de l'expression ne doit pas être dissociée des coûts de l'homme.

Le problème est alors de déterminer qui doit supporter la charge de ce coût : l'État c'est-à-dire le contribuable ; l'entreprise c'est-à-dire le consommateur. Ford, dans le texte déjà cité, se prononçait pour l'intégration dans le prix de revient de tout ce qui découle des obligations familiales mais certains systèmes de sécurité sociale prévoient des solutions différentes. Tout en ayant quelque préférence pour le règlement de ces charges au niveau de la production, j'attache plus d'importance encore au fait que le père de famille en soit intégralement dédommagé. L'équité le commande comme aussi le souci de ne pas compromettre le potentiel national.

Bien entendu des considérations partiellement différentes mais aussi pressantes valent pour les autres catégories de sous-consommateurs (vieillards, retraités, infirmes...).

[p. 523] On dira peut-être que de tels objets relèvent de la politique des revenus et que les organisations de consommateurs ne devraient pas avoir à s'en préoccuper. Cet argument me semble médiocre dans la mesure où c'est l'étude de la consommation qui révèle avec le plus de netteté les carences existantes. La comparaison des menus quotidiens est plus significative que celle des fiches de paye. Je maintiens donc que la lutte contre les besoins non satisfaits ou imparfaitement satisfaits (nourriture mais aussi départs en vacances) si elle incombe au premier chef aux groupements familiaux devrait également être appuyée par les organisations générales de consommateurs.

¹ In *Ma vie et mon œuvre*, Payot, pp. 140-141 (cité par *Hommes et Techniques*, mars 1960, p. 343).

2. Choix de priorités.

[Retour à la table des matières](#)

Depuis Galbraith, que nous l'avons vu divers auteurs précédèrent sur ce point de quelques décennies il est devenu à la mode de partir en guerre, au moins sur le papier, contre la civilisation du *gadget*. Cependant pour salutaire que soit déjà ce refus de principe sa signification serait plus grande s'il s'accompagnait d'une claire notion de ce que nous voulons mettre à sa place. Or, sur ce point capital, les idées restent particulièrement flottantes, l'étude des problèmes du « bien vivre » ou si l'on veut de la « qualité de la vie », selon des expressions de B. de Jouvenel étant particulièrement désertée¹. Et finalement nous finissons par accepter en détail ce que nous faisons profession de repousser en bloc.

On ramène normalement la question à une sorte de confrontation entre la consommation privée et les satisfactions d'ordre collectif. Valable en première analyse, l'opposition doit être nuancée à plusieurs points de vue. En premier lieu la consommation privée ne doit pas être vouée à l'opprobre général dont on la charge parfois : si, dans l'état présent de notre monde divers biens et services correspondent à de purs gaspillages, il existe encore une masse considérable de besoins essentiels non satisfaits qui appellent de substantielles augmentations de production.

D'un autre côté, tous les besoins collectifs sont loin de présenter, quant au destin du pays, la même dignité et une égale importance. Sans même parler des erreurs toujours possibles et parfois très lourdes des techniciens gouvernementaux, la puissance publique subit beaucoup trop de pressions particulières pour s'inspirer en toute occasion de l'intérêt commun. Dès lors la réalisation des équipements collectifs doit faire l'objet du même effort de discrimination qui s'impose au titre de [p. 524] la consommation privée. Enfin, il existe entre ces deux catégories des rapports étroits au sens où une évolution dans l'une est susceptible de rendre nécessaire, à plus ou moins brève échéance, un changement dans l'autre : l'expansion des véhicules à moteur oblige à remodeler en permanence les voies urbaines et le réseau routier. Mais une amélioration de l'action culturelle de l'État

¹ Voir son étude originale et dense : « Efficacité et savoir vivre » in *Économie et Humanisme*, septembre-octobre 1961, pp. 21-36. Parmi tous les propos de l'auteur, soulignons son regret que dans une société aussi riche que la nôtre tout ce qui est de l'ordre esthétique soit regardé comme non-essentiel : cette dissociation du beau d'avec l'utile dans notre cadre de vie étant d'autant plus surprenante que les hommes montrent par leurs conduites individuelles (visite des trésors d'autrefois) un attachement à la beauté dont ne témoignent pas nos choix collectifs. Conclusion de l'auteur qui en quelque mesure pourrait servir de critère à une politique de la consommation : mettre l'efficacité du travail au service de l'aménité de la vie.

risque de susciter un développement du besoin de lecture et par là de conduire à un accroissement de la quantité des livres achetés.

Au total il n'est aucun secteur de la dépense privée et publique qui devrait échapper à une estimation en termes de priorité : les dépenses militaires bien entendu mais également les dépenses de la recherche scientifique. S'il est souhaitable que le pourcentage de ces dernières aille croissant, cet acquiescement ne signifie nullement que tous les projets envisagés aient la même valeur. Pour un pays aux ressources relativement modestes comme la France, le problème est grave. On s'est demandé s'il ne serait pas préférable de consacrer l'argent des recherches spatiales à l'amélioration des locaux scolaires et à l'augmentation du traitement des maîtres : sans prendre position ici sur ce problème disons qu'il est raisonnable que de telles questions soient posées.

Ajoutons que les hommes peuvent choisir une autre voie pour utiliser les gains de l'expansion : celle d'agrandir les dimensions de leur famille. Or l'expansion de la natalité entraîne très rapidement une augmentation de la consommation privée et aussi, presque inévitablement, une expansion des équipements collectifs (investissements dits démographiques). Et les conséquences d'une telle augmentation des naissances ne sont pas les mêmes selon que le pays intéressé possède une capacité de production oisive (cas du baby-boom actuel aux États-Unis) ou se trouve déjà proche de l'utilisation maximale de ses ressources.

Ces quelques remarques de portée générale n'avaient d'autre propos que d'illustrer les difficultés préliminaires que comporte la détermination des priorités. Les difficultés s'accroissent encore quand on passe au niveau des besoins spécifiques en vue d'en étudier la valeur propre et l'importance respective. On peut à cet égard se placer sur deux plans : l'un, qui rappelle l'enquête de marché, étant celui des tendances spontanées de la consommation ; le second tendant à une appréciation raisonnée de la valeur tant humaine que sociale des divers besoins en présence et impliquant un jugement de l'opportunité ou de l'urgence de leur satisfaction respective. La première série de démarches se situe dans le cadre de l'économie capitaliste attachée au critère de la demande solvable tandis que la seconde essaie de prendre en considération les [p. 525] besoins réels, spécialement ceux des familles. Or sur aucun de ces deux plans et spécialement quant au deuxième nous ne sommes encore correctement outillés pour parvenir d'emblée à des résultats satisfaisants ¹.

¹ Sur ce problème voir les actes d'un colloque du C.N.R.S. préparé et tenu sous la direction de R. MOSSÉ (Grenoble, 11-15 septembre 1961) : *L'évaluation et le rôle des besoins des biens de consommation dans les divers régimes économiques*, Paris 1963. Ajouter VINCENT (L.A.), « À la recherche des "lois" de la consommation », *Études et Conjoncture*, juin 1962, pp. 543-576.

a) ÉVOLUTION SPONTANÉE DE LA DEMANDE FINALE

J'emploie l'adjectif « spontané » pour me conformer à la terminologie habituelle. En réalité cette qualification est essentiellement trompeuse dans la mesure où elle dissimule le rôle de la pression sociale (publicité, modèles fournis par la classe dominante, jeu de l'imitation) dans l'évolution des habitudes de consommation. Aujourd'hui par suite de l'extension du tourisme et des moyens de communication (notamment cinéma) l'expérience étrangère, plus que par le passé, influe sur les comportements nationaux. Dès lors la « spontanéité » en question comporte une part notable de conditionnement.

Même si les besoins pouvaient être parfaitement connus à un moment donné, ce qui n'est pas le cas, la difficulté principale d'une prévision quelconque est que ces besoins évoluent sous l'action de facteurs divers. Les besoins premiers ou éternels — ceux qui correspondent à des nécessités physiques (nourriture, habillement, logement...) se transforment en fonction des perfectionnements techniques dont l'effet est de susciter des modes de satisfaction (conserves, textiles artificiels, chauffage central...) qui deviennent progressivement indispensables à la masse des consommateurs. Le progrès technique, spécialement sous ses aspects mécaniques, a suscité le besoin de nouveaux produits qui modifient le contexte matériel de notre existence (auto, avion, radio, télévision, appareils électro-ménagers). L'attrait de ces articles est tel que, pour en faire l'acquisition, de nombreux consommateurs n'hésitent pas à s'endetter ou à accepter des privations sur le chapitre des besoins premiers.

Il faut noter encore la multiplication, sous l'influence de la mode et de la publicité, de produits répondant à des fonctions secondaires mais subjectivement très désirées (articles de beauté, crèmes à brunir, fruits exotiques...). Autre facteur de changement : la pratique, imposée par le *marketing* mais désormais en honneur chez la clientèle aisée, d'emballages de plus en plus luxueux qui grèvent lourdement le prix du produit. N'oublions pas d'un autre côté l'extension sans cesse croissante des activités de service.

Comme l'a bien montré P.-H. Chombart de Lauwe, le phénomène urbain joue un rôle essentiel dans la formation de nouveaux besoins qui, liés à des éléments objectifs comme le progrès technique et les [p. 526] nouvelles conditions de travail, se rattachent aussi à des courants de pensée, à des idéologies, à des mouvements sociaux. Résultant de nécessités matérielles irréversibles, la concentration urbaine répond également à des besoins psychologiques et culturels dont elle accentue ensuite la portée et la variété par son développement même. En vue d'expliquer cet élargissement des besoins Chombart de Lauwe distingue les besoins-obligations dont la satisfaction est nécessaire pour survivre et les besoins-aspirations qui correspondent à un dépassement à une marche en avant. Or les besoins-aspirations

(culturels en particulier) tendent à devenir les besoins-obligations, la vie dans les grandes agglomérations ayant pour effet d'accentuer ce processus de fixation ¹.

Le point important pour nous est que les autorités gouvernementales ou professionnelles ne peuvent ignorer dans la prévision des besoins futurs le passage de l'aspiration à l'obligation qui, sous certains de ses aspects, n'est pas exclusif de la création d'aliénations.

On peut penser que la meilleure façon de connaître les désirs des consommateurs est de questionner directement ceux-ci. Mais cette méthode se heurte à des difficultés dont la première est que le consommateur se trouve souvent hors d'état d'apprécier et surtout de pondérer les mobiles réels de ses achats (achat d'un fruit plutôt que d'un autre parce qu'il le préfère au goût, parce qu'il le juge moins cher, parce qu'il est disponible chez le commerçant le plus proche, parce que cet article fait l'objet d'une publicité massive ou de recommandations à la télévision nationale...). Il y a un second obstacle qui est le nombre même des personnes à interroger : mais de ce point de vue la technique de l'échantillonnage statistique apporte des facilités considérables.

Les possibilités d'analyse que comporte cette technique sont utilisées depuis plusieurs décennies par les spécialistes de l'enquête de marché ². Les études effectuées à ce titre n'ont pas une grande valeur pour la connaissance des besoins de l'homme car, sans négliger absolument de déterminer ce que veulent les consommateurs, les producteurs se préoccupent surtout de découvrir l'argumentation de vente la mieux adaptée à la promotion de l'article en cause : le but réel de l'enquête de marché n'est pas de connaître objectivement le besoin mais de forcer la demande. Cependant, débarrassée de ses implications mercantiles, cette technique peut être utilement employée pour l'examen des orientations futures de la consommation.

Autre source de renseignements : les enquêtes sur les budgets familiaux qui, conçues pour fournir des données sur le niveau et la composition des achats des consommateurs, sont également susceptibles, [p. 527] moyennant quelques aménagements techniques dans le canevas, d'apporter des informations valables sur le contenu et l'intensité de leurs désirs ³. Au total, que l'on emploie le procédé du sondage ou que l'on parte de l'examen des budgets (ceux-ci pouvant être sélectionnés selon les normes de l'échantillonnage), il est possible de questionner

¹ Pour une étude de ces notions, voir les deux travaux suivants de CHOMBARD DE LAUWE, *La vie quotidienne des familles ouvrières*, op. cit., et « L'évolution des besoins et la conception dynamique de la famille », *Revue Française de Sociologie*, Paris, octobre-décembre 1960.

² Pour une présentation d'ensemble, voir : *Les techniques de l'étude des marchés en Europe*, Paris, O.E.C.E., septembre 1956.

³ On trouvera d'intéressantes indications en ce domaine dans un ouvrage du Bureau International du Travail : *Enquêtes sur les conditions de vie des familles. Recueil de monographies*, Genève 1961.

les consommateurs sur leurs projets ou intentions d'achat de la même manière qu'on interroge les producteurs sur leurs programmes d'investissement.

Plus largement, il s'agit pour les organismes qui s'efforcent de formuler des prévisions en ce domaine de déterminer des lois ou normes de la consommation (dont celles énoncées au siècle dernier par le statisticien Engel demeurent l'exemple typique). Mentionnons parmi les points d'importance majeure à élucider l'élasticité des dépenses de consommation en fonction du revenu. À cet effet on procèdera à l'étude du rapport entre le revenu global, de secteur ou de ménage, et les dépenses de consommation. Dans le même esprit on se livrera à des analyses de la demande, notamment sous l'angle de l'élasticité de la demande des produits ou des groupes de produits ou des productions des grands secteurs de l'économie comme l'agriculture ou les transports¹. Le fait que jusqu'à une époque très récente le rassemblement et l'interprétation de telles données aient été presque complètement négligés illustre bien le rôle subordonné de la consommation dans nos systèmes économiques. En réalité, les études de la consommation n'y dépassaient pas le stade de la recherche de débouchés solvables par les producteurs.

Toute analyse de l'évolution spontanée de la demande finale — c'est-à-dire techniquement la projection de la consommation pour une année ou une période déterminée — doit partir des données acquises au titre d'une époque de référence. C'est en appliquant à ces données les normes de la consommation, telles que dégagées de l'étude des phénomènes, que l'on peut asseoir, sur une base objective, l'effort de prévision. Mais, bien entendu, doivent entrer en ligne de compte dans l'élaboration du modèle toutes les variables susceptibles de modifier, d'ici le terme fixé à la projection, l'allure quantitative et le profil qualitatif de la demande globale ainsi que de ses composantes particulières. Sans entrer dans une étude détaillée je voudrais mentionner les principales catégories de variables susceptibles d'affecter les calculs :

1° variables démographiques : qu'il s'agisse de l'effectif total ou de la répartition par tranches d'âge c'est, évidemment, un élément capital. Les prévisions démographiques françaises 1956-1965 faisant ressortir une augmentation de 40% de la classe d'âge 15-19 ans, on mesure sans [p. 528] peine la conséquence d'un tel mouvement sur les budgets des familles nombreuses comprenant de grands enfants, les besoins d'enseignement, de formation professionnelle, de création d'emplois...

2° variables économiques parmi lesquelles je mentionnerai la structure des revenus, l'évolution des prix (notamment en fonction du progrès technique), l'état de la concurrence internationale dans le cadre d'une libération progressive des

¹ Pour une étude sectorielle voir : MORICE (J.), *La demande d'automobiles en France* théorie, histoire, répartition géographique, prévisions, Paris, Armand Colin, 1957.

échanges. Soit par exemple le problème des revenus : le procédé le plus simple est de postuler une invariance de la structure actuelle mais cette supposition risque d'être contredite tant par des mesures gouvernementales que par l'évolution spontanée des phénomènes (ainsi dégradation relative des revenus de certains groupes sociaux). De même en matière de prix, il est commode de raisonner en fonction d'une évolution homothétique mais ici encore de nombreux facteurs tenant aussi bien à l'action des gouvernants qu'à des changements involontaires (inégalité des gains de productivité selon les secteurs) sont capables de bouleverser et, au moins, de contrarier sensiblement les prévisions faites.

Quant à l'influence du commerce international, il ne faut pas oublier que, tant au titre de la C.E.E. que du G.A.T.T., les pouvoirs publics nationaux se sont privés d'une très large part de leur liberté de manœuvre habituelle. Sur tous ces problèmes, dont la liste n'est qu'indicative, les enseignements de l'analyse économique restent empreints d'incertitude : c'est ainsi que l'incidence du crédit à la consommation, en pleine expansion, sur les habitudes d'achat, reste mal connue.

3° variables sociologiques : c'est dans ce domaine que nos connaissances restent le plus fragmentaires et imprécises. Il ne saurait en aller autrement dans la mesure où les sociologues hésitent encore à qualifier les transformations en cours d'accomplissement (voir par exemple les controverses intervenues à l'époque récente sur l'ampleur et le sens des modifications survenues dans la classe ouvrière)¹. Beaucoup de commentateurs tombent d'accord pour souligner le développement de classes moyennes d'un type nouveau (ingénieurs, techniciens, cadres...). Mais les observations présentées sur le comportement de ces couches — en liaison avec l'idée de la société de consommation — sont encore totalement dépourvues de caractère opérationnel. Or, toutes choses égales, ces changements dans la structure sociale sont capables, à eux seuls, de susciter des attitudes neuves vis-à-vis de la consommation des biens et des services. N'oublions pas non plus le rôle des modèles importés de l'étranger.

[p. 529] L'exposé de ces facteurs est certainement trop simplifié pour donner une juste idée de la complexité qui caractérise tout effort de prévision en matière de consommation. À supposer que les firmes françaises choisissent, conformément à la tendance observée au cours de ces dernières années, d'intensifier leurs campagnes publicitaires nul n'est en mesure d'apprécier les conséquences éventuelles d'un tel comportement sur le montant et la composition de la demande finale. C'est dire que

¹ Voir, entre tant d'écrits disponibles, le récent ouvrage de MALLET (S.), *La nouvelle classe ouvrière*, Paris, Édition du Seuil, 1963 : trop enclin à tirer des conclusions fermes d'une évolution à peine ébauchée ce livre présente l'avantage d'exposer avec clarté, et d'illustrer d'exemples intéressants, la thèse d'une transformation fondamentale et irréversible de la condition et de la conscience ouvrières.

l'établissement des projections, même si l'on tente d'en renforcer les éléments objectifs, comporte nécessairement une part d'évaluation subjective.

Autrement dit, en l'état actuel des connaissances et des techniques d'estimation le secteur de la prévision, comme tant d'autres d'ailleurs, oblige les spécialistes responsables du calcul à faire état d'interprétations personnelles. D'où la tendance de ceux-ci, en vue de trouver un terrain plus solide, à s'inspirer d'exemples étrangers (propension conforme à l'idée que sur sa lancée actuelle la France devrait atteindre vers 1980 le niveau de vie actuel des États-Unis). Mais ce mode de raisonnement, sans parler de tous les défauts inhérents aux démarches intellectuelles de type analogique, ne tient pas compte des mesures qui pourraient être prises en vue de renverser le courant.

On peut dès lors pour reprendre l'expression de J. Delors s'interroger sur « le degré de prévision utile » que, compte tenu de toutes ces imperfections et insuffisances, les spécialistes de ce problème sont aujourd'hui en mesure de réaliser¹. Selon lui, à condition de raisonner pour une période à tenue relativement rapproché, ces projections présentent des avantages au titre de la détermination des grandes fonctions de consommation. À l'intérieur d'une telle période, en effet, les variables démographiques et économiques jouent un rôle déterminant, les variables sociologiques, ainsi celles induites de l'urbanisation, exigeant une durée plus longue pour produire leur plein effet. Or, il est possible sinon d'exprimer la portée exacte des premières du moins de formuler à leur égard des hypothèses plausibles.

Ces observations ne sont pas tout à fait rassurantes si l'on observe que les opérations relatives à la satisfaction de plusieurs besoins doivent être engagées très longtemps à l'avance (ainsi formation de maîtres pour l'enseignement). L'insuffisance des systèmes actuels de projection deviendrait rapidement manifeste dans le cas où la France aurait recours à un authentique régime de planification. Il est vrai qu'un tel régime, au lieu de se limiter à prendre en considération l'évolution spontanée de la demande, implique un jugement qualitatif des divers besoins en [p. 530] présence et un effort systématique pour soumettre à des critères de priorité autres que la solvabilité respective des divers milieux de consommateurs l'allocation des forces productives entre les divers emplois possibles.

¹ In rapport au Conseil Économique et Social sur *L'Évolution de la consommation des particuliers au cours des prochaines années* (23 février 1960). Voir aussi LISLE (E.-A.), « La prévision de la consommation ». *Revue Économique*, mars 1961, n° 2, pp. 330-358, et FOURGEAUD (M.), « L'incertitude dans les projections de consommation » in *L'évaluation et le rôle des besoins...*, op. cit., pp. 103-115. Pour d'autres exemples consulter : *Agricultural commodities-projections for 1970*, Rome, F.A.O., 1962, et CAO-PINNA (V.), *Le prospettive dei consumi alimentari in Italia, 1965-1970-1975*, Milan, Giuffrè, 1962.

b) ÉVALUATION RAISONNÉE DES BESOINS DES CONSOMMATEURS

Au mieux, et encore remplit-il assez mal cet office, le marché exprime les préférences immédiates d'une société fortement inégalitaire qui se résout volontiers au gaspillage plutôt que d'envisager une redistribution équitable des ressources disponibles. En dehors des injustices graves qu'il permet de commettre, le système, grâce notamment aux techniques publicitaires, suscite des aliénations qui finalement contribuent, au moins pour la période proche, à la consolidation du système social établi.

Que les tenants de cet ordre déclarent que l'économie du marché constitue le meilleur des mécanismes disponibles pour la détermination des besoins, c'est là une attitude entièrement cohérente avec le souci de ne rien changer au système d'appropriation des biens de production. Encore pour donner à leur thèse un semblant de logique, faut-il que ces théoriciens tiennent pour de simples défauts corrigibles et non pour des tendances structurelles irréversibles l'ensemble des techniques de concentration et des pratiques restrictives qui donnent aux débats sur les mérites de la concurrence un aspect nettement folklorique.

Il est plus surprenant que des théoriciens, peu enclins à sympathiser avec le régime capitaliste acceptent l'essentiel de cette argumentation et considèrent que, même dans une économie de planification, une place importante devrait être réservée aux mécanismes du marché. Ce défaitisme intellectuel est simplement la preuve que les « idées reçues » ont souvent assez de force pour transcender les frontières idéologiques et frapper de timidité les esprits qui s'en prétendent dégagés. C'est par des concessions de cet ordre que les socio-démocrates sont finalement devenus, en plusieurs pays, les défenseurs les plus sûrs du régime capitaliste.

Il est difficile de faire prévaloir des critères sociaux de satisfaction des besoins dans un régime fondé sur l'appropriation privée des équipements productifs et la liberté des choix des investissements : le niveau de « tolérance » du régime capitaliste à de telles mesures est faible et d'un autre côté il est clair que si les entreprises sont laissées libres d'influencer à leur guise les acheteurs éventuels, l'efficacité de n'importe quel système d'orientation risque d'être considérablement réduite.

[p. 531] En règle générale, il est impossible d'étudier les besoins hors du contexte social et sans tenir compte de la place qu'y tiennent les hommes, notamment au titre de leur vie professionnelle. Pour prendre l'exemple le plus banal, la ration alimentaire quotidienne ne saurait être calculée abstraction faite des tâches assumées par les travailleurs (rappel des suppléments attribués, à l'époque de la pénurie absolue, aux « travailleurs de force »). On a trop souvent propension à considérer comme une pure amélioration de l'existence le recours à une

alimentation plus riche alors que celle-ci représente seulement la compensation indispensable des efforts physiques et nerveux entrepris par les travailleurs. De la même manière les garderies d'enfants ne sont pas une nouvelle facilité accordée aux familles ouvrières mais l'élément qui permet aux mères de famille, dans l'état présent des structures familiales, de se livrer à une occupation salariée hors du domicile. En définitive, si la consommation est bien la fin de la production, la prise en considération des exigences, matérielles comme culturelles ou intellectuelles, de la production future est ou devrait être l'un des éléments essentiels qui interviennent dans la fixation du contenu concret de cette fin.

D'un autre côté, le système de détermination concrète des besoins essentiels ne saurait jouer à l'égard de ce que Tinbergen appelle « les besoins imaginaires » c'est-à-dire les besoins « qui n'ont pas leur origine dans le goût ou dans la philosophie personnelle de l'individu ou de la famille considérée mais qui sont imposés par certaines suggestions extérieures »¹. Certes la ligne de démarcation n'est pas toujours facile à tracer, l'art du *marketing* étant justement de convaincre les acheteurs d'acheter des objets dont ils n'ont en fait aucun besoin réel. La publicité et la mode conduisent les consommateurs à accomplir des actes déraisonnables mais ce n'est pas un motif suffisant pour repousser l'usage de la raison dans l'aménagement de notre monde.

Enfin il est impossible de dresser une échelle de l'importance relative des besoins sans partir d'une certaine conception de l'homme et du sens de la vie sociale. J'ai déjà souligné à plusieurs reprises n'avoir aucune tendance à dénoncer le « matérialisme » ou « l'esprit de jouissance » de nos contemporains. Les hommes ont soif de jouissances et de commodités et il est fondamentalement souhaitable que le progrès économique augmente progressivement la quantité et la qualité des biens ou services à leur disposition. En somme rien ne m'est plus étranger que de prêcher un esprit d'ascèse, mon seul vœu étant que tous les hommes aient un égal accès aux richesses produites par le travail social. Et dans ces conditions il me paraît regrettable et même dérisoire que tant d'efforts [p. 532] hautement rémunérés et honorés soient consacrés à l'étude, à la fabrication et à la vente d'un nouveau carburateur ou d'un nouveau dépilatoire alors que tant de besoins essentiels restent insatisfaits. La plus sérieuse raison d'être d'un régime de priorités doit être de contribuer au rapprochement de la condition des hommes.

Tout se passe comme si les économistes et, à leur suite, les dirigeants gouvernementaux n'avaient d'autre objectif que d'améliorer les conditions de la production (productivité) sans se préoccuper du contenu de celle-ci. Or si la question « comment produire » me paraît importante, la question « que produire » me semble encore bien plus fondamentale. Et elle me semble si sérieuse que l'on ne

¹ In *L'évaluation et le rôle des besoins.... op. cit.*, p. 218.

peut comprendre sauf en observant le rapport des forces les motifs ayant incité les hommes à en abandonner la solution à des impulsions purement mercantiles ¹.

En l'état actuel de ce rapport et des structures socio-économiques dont il dépend, l'idée de substituer à l'exploitation par les producteurs de la demande solvable un mode centralisé de distribution des forces productives qui tienne compte des besoins authentiques de l'homme est certainement de nature utopique. Cependant, trois raisons me semblent commander la réalisation de telles recherches, les organismes responsables de ce secteur ayant une trop forte propension à se concentrer sur l'évolution spontanée de la demande solvable. D'abord la nécessité dont l'urgence échappe à la contestation de faire un bilan des besoins insatisfaits ou mal satisfaits. En second lieu l'utilité d'engager un effort pour rapprocher, même de manière limitée, le fonctionnement effectif du régime des conditions d'une affectation optimale des ressources. Enfin le souci de préparer l'avenir, les résultats de l'économie de marché n'étant pas tels que l'on se sente obligé de miser sur sa perpétuation indéfinie. Le passage ultérieur à une économie planifiée serait certes plus facile si l'on pouvait disposer alors d'études approfondies sur ces problèmes.

Considérons par exemple les besoins alimentaires. Sur la base des travaux disponibles il est facile d'effectuer la transformation des aliments en principes nutritifs (calories, protéines, vitamines...) et de ramener une population à des unités homogènes de consommation. Or, la possession de ces deux séries de données permet de comparer la disponibilité effective des principes nutritifs avec un certain niveau des besoins par tête d'habitant ou, mieux, par unité de consommation. Plusieurs niveaux peuvent être définis en fonction des enseignements de la recherche alimentaire. À partir de là il est possible de déterminer objectivement plusieurs éléments utiles à la formulation d'une politique alimentaire : contribution d'un égal poids d'aliments différents ou d'une [p. 533] quantité d'aliments ayant le même prix ou encore d'aliments produits dans une même région à une alimentation correspondant à l'un de ces niveaux ².

Sans doute, par suite de la négligence mise dans l'étude de ces problèmes (*supra*) les connaissances disponibles comportent encore bien des insuffisances et des incertitudes. Mais dès maintenant de sérieux progrès pourraient être effectués dans l'alimentation des sociétés l'expérience acquise par les chercheurs attachés aux services de l'intendance militaire comportant déjà de précieux enseignements généralement négligés par les organismes civils).

¹ Voir la forte critique de F. PERROUX à l'égard de la société marchande « par laquelle l'économiste est obsédé pour des raisons historiques » in *Économie et société*, Contrainte-échange-don, Paris, Presses Universitaires, 1960.

² Voir BRUNI (L.), « Schema di un metodo statistico per lo studio dei probleml della nutrizione », *Giornale degli Economisti*, mars-avril 1948, pp. 187-217.

Dans la suite de ces développements nous aurons à souligner l'urgence des corrections à effectuer en plusieurs secteurs (ainsi logement, soins médicaux, enseignement) où se manifeste un écart considérable entre les désirs pris en considération au titre de la demande solvable et les besoins réels de la population. Or, toutes les fois que l'on aborde de tels problèmes, on est frappé de l'insuffisance des statistiques et informations disponibles, la cause de cette carence résidant moins dans la complexité naturelle des questions considérées — qu'il ne faudrait pas pour autant contester ou sous-estimer — que dans le faible intérêt porté jusqu'à présent à ces problèmes par les services gouvernementaux et les organismes scientifiques. Nos sociétés ont peu de tâches plus importantes et plus lourdes de sens à accomplir que l'étude approfondie des besoins des hommes. Admettons d'emblée que la réalisation de telles recherches exigera beaucoup de temps et de ressources.

c) PERSPECTIVES SOVIÉTIQUES

L'objectif sans cesse déclaré ou réaffirmé du parti communiste de l'Union soviétique est de garantir un niveau de vie du peuple supérieur à celui de n'importe quel pays capitaliste, le résultat étant atteint par la création de conditions assurant l'abondance des biens matériels et culturels. On en tire volontiers l'impression que cet objectif implique la réalisation d'une société de *mass-consumption* de style américain. Or il semble bien que les dirigeants soviétiques aient de l'abondance une toute autre idée que celle déduite de l'économie américaine : en particulier ils n'ont jamais cessé de critiquer et de repousser l'idée que le seul critère de l'abondance est la multiplication indéfinie des objets attribués en toute propriété aux consommateurs. S'ils admettent que la consommation individuelle n'est pas incompatible avec l'édification du communisme, c'est dans la mesure où elle ne dépasse pas des proportions raisonnables et ne devient pas un but en soi. C'est là l'un des points entre tant d'autres que négligent les partisans de la thèse de l'unité, ou, plus exactement, de l'unification des sociétés industrielles ¹.

¹ Pour une analyse du point de vue soviétique en ces matières (et spécialement des conditions d'acheminement progressif vers le communisme), voir : *Vers le communisme*, Recueil des documents du XXII^e Congrès du parti communiste de l'Union Soviétique, 17-31 octobre 1961, Moscou. Éditions en Langues Étrangères ; « Le communisme aujourd'hui et demain » *Recherches internationales à la lumière du marxisme*, 1960, cahier n° 8 ; « L'U.R.S.S. du féodalisme au communisme, Neuf études de Stanislas STROUMILINE », *Même revue*, 1961, cahier n° 7 (avec un supplément réonégraphié contenant trois autres études). Pour une analyse critique, voir un numéro spécial de *Survey : a journal of Soviet and East European Studies*, octobre 1961, « The future of communist society » pp. 1-196, et un autre de *Problems of Communism*, novembre-décembre 1960, « The future communist society : a symposium », pp. 1-13. Voir également « L'avenir du Communisme après le XXII^e Congrès ». *La Nef*, janvier-mars 1962, nouvelle série, cahier n° 9, pp. 1-120.

Certains des auteurs américains qui étudient ces problèmes se donnent parfois beaucoup de peine pour trouver les raisons d'une telle attitude ¹. Ils suggèrent par exemple que le *western path* en matière de consommation présenterait des dangers pour la conception soviétique des rapports du citoyen avec l'État et le Parti : ainsi le risque d'une expansion des associations privées et des relations sociales entre habitants de ce pays en dehors du contrôle et de la surveillance du parti. Ou encore celui que l'abondance des biens privés amollisse et dissolve l'énergie actuellement déployée par les citoyens et les militants au service de la construction socialiste. Le monopole du parti sur les esprits serait compromis si la population faisait porter l'essentiel de ses efforts et de ses désirs sur l'acquisition de biens privés. Autre mobile de la propension des autorités communistes : la nature de l'appareil soviétique de production construit dès le début pour accroître la puissance militaire nationale tandis que dans les pays capitalistes le potentiel militaire serait simplement le sous-produit d'une puissance économique constituée à d'autres fins. Il ne vient généralement pas à l'idée de ces auteurs que, sans pour autant accepter le système soviétique, l'on puisse tenir pour socialement indésirable la formule américaine de la *mass-consumption* et les conséquences qui en résultent pour les êtres humains.

Selon la formule bien connue, le principe de la distribution communiste est d'assurer à chacun les biens nécessaires à la satisfaction de ses besoins. Mais les auteurs soviétiques prennent soin d'affirmer qu'il s'agit seulement des besoins ayant un caractère raisonnable, sain et normal. Ils font valoir que si ce principe était étendu à la fourniture aux dames de colliers ou garnitures de renard argenté, tous les renards de la taïga sibérienne ne suffiraient pas à satisfaire un tel besoin. Bien entendu, une telle discrimination comporte des risques d'arbitraire mais, après tout, la possession de l'argent joue un rôle équivalent dans les sociétés capitalistes : et, sur la base d'observations que chacun peut faire quotidiennement, il apparaît difficile de négliger les méfaits d'une telle sélection tant sous l'angle de la morale civique que de l'efficacité économique. Sans être indifférent aux dangers que comporte la hiérarchisation des besoins par une autorité publique, je ne trouve pas illégitime la volonté de limiter l'emploi des ressources disponibles au titre de la satisfaction de besoins secondaires, sinon complètement « imaginaires ».

Actuellement la distribution soviétique emprunte deux voies : l'une, [p. 535] dite socialiste, selon le travail, l'autre dite communiste, selon les besoins. La première crée des inégalités entre les individus dans la mesure où elle dépend des salaires dont la fixation est faite en vue de stimuler l'effort productif. Il semble qu'un certain effort soit accompli pour réduire l'importance de l'écart existant entre les diverses catégories de travailleurs (ainsi entre kolkhoziens et travailleurs urbains par

¹ Typique à cet égard est l'étude de TURPIN (W.N.), « The outlook for the soviet consumer », *Problems of Communism*, op. cit., pp. 30-36.

exemple) : mais cette réduction n'a rien de commun avec un nivellement, les différences dans la quantité et la qualité du travail fourni devant être pour longtemps encore sanctionnées par des décalages dans les rémunérations. Il faut même observer que le régime condamne aujourd'hui comme erroné le procédé jadis utilisé d'abaissement général des prix de détail.

Cependant, plusieurs besoins font désormais l'objet d'une distribution de type communiste, au sens où la population en bénéficie de manière gratuite et indépendamment de l'apport du travail de chacun. Ces besoins dont la couverture est assurée par les fonds sociaux de consommation concernent principalement la santé, la culture, l'enseignement (bourses d'études...). En dépit de l'augmentation des ressources affectées à ces fonds, c'est encore la méthode de distribution liée au salaire qui joue le rôle principal (une assez longue période étant nécessaire avant que les fonds sociaux n'atteignent environ la moitié du montant total des revenus réels attribués à la population).

La caractéristique essentielle du système soviétique est de rejeter totalement le principe de la demande solvable comme critère de répartition des forces productives : toutefois, la satisfaction d'une très large partie des besoins continue de dépendre des gains individuels dont l'ampleur est fonction de la valeur du travail fourni. Ce mode de distribution garantit une certaine latitude au consommateur, spécialement en ce qui concerne les besoins non liés à des exigences vitales. C'est ainsi que les économistes et praticiens soviétiques admettent aujourd'hui qu'il ne suffit pas de mettre en vente une marchandise pour lui trouver un débouché. La suppression du profit comme force de régulation de l'économie ne dispense nullement de fournir des articles qui répondent aux besoins variés de la population et soient adaptés au milieu (ainsi les conditions climatiques) dans lequel vit celle-ci. Or nous savons par les journaux soviétiques eux-mêmes que ces conditions élémentaires sont loin d'avoir été toujours remplies et ne le sont pas encore.

En d'autres termes, une fois sorti de la grande pénurie initiale dont il n'est pas difficile d'imaginer les terribles difficultés qu'elle lui a valu, le consommateur soviétique, même si ses facultés de choix restent toujours très limitées, n'est pas dépourvu d'un certain droit de veto : ainsi [p. 536] il semble bien que les jeunes soviétiques n'aient pas voulu des bicyclettes qu'on leur offrait, préférant à celles-ci la motocyclette ou la vespa. Sans aucun doute, l'accroissement du revenu distribué doit conduire les dirigeants soviétiques à perfectionner la distribution commerciale et à élargir le réseau de nombreuses activités de service ou de type artisanal (blanchisseries, ateliers de réparation de vêtements et de chaussures, boutiques d'objets à usage culturel...). En même temps les responsables de la planification seront conduits à donner plus d'importance aux souhaits des consommateurs (cet impératif s'étendant et s'alourdissant si les habitants de ce pays étaient mis en contact, de manière plus fréquente et plus dense que maintenant, avec les modèles de consommation du système capitaliste).

Attribuant plus d'importance aux desiderata des consommateurs, les soviétiques ne reviennent pas pour autant au système du marché dans la mesure où la distribution des facteurs de la production entre les divers emplois possibles continue de dépendre d'options effectuées par les autorités centrales¹. À cet égard il est beaucoup plus facile d'obtenir l'ajustement de la demande aux produits offerts dans une économie en état de pénurie générale qu'en situation d'abondance relative. Cependant, les planificateurs ne sont pas dépourvus de moyens pour réaliser une telle adaptation, leur tâche étant facilitée par l'absence de cette stimulation artificielle à l'égard des *gadgets* ou des nouveautés qui est la base même de l'économie capitaliste. Admettons pourtant que la société soviétique elle-même n'est pas absolument imperméable à l'action des modèles étrangers.

Compte tenu du niveau désormais atteint par cette stimulation on peut se demander si toute tentative des autorités pour s'opposer à certains excès ou gaspillages de l'économie de marché au profit de la satisfaction des besoins essentiels ne risque pas d'être vouée à l'inefficacité.

En dépit des mauvais souvenirs laissés par le dirigisme de guerre, je crois pourtant que certains résultats sont possibles sans qu'il soit nécessaire pour les obtenir de mettre le consommateur en esclavage.

3. Orientation de la consommation selon les priorités retenues.

[Retour à la table des matières](#)

En régime capitaliste, la pensée comme la politique économiques ont été et restent dominées par le souci de déterminer les conditions les plus favorables à la production. Il suffit d'examiner les manuels traditionnels de science économique pour s'apercevoir que cette discipline demeure [p. 537] encore assez largement étrangère à l'idée que la consommation représente, quantitativement et qualitativement, un secteur fondamental de la vie économique. C'est seulement la survenance des grandes pénuries dues aux conflits mondiaux qui a conduit les gouvernements à s'occuper de réglementer la consommation. Les pouvoirs publics retrouvaient ainsi une vieille tradition d'intervention en la matière aux mobiles d'ailleurs variées : contraintes religieuses (jeûnes, interdiction de manger gras), souci de différenciation sociale (prescriptions vestimentaires), considérations fiscales (obligation d'acquérir une certaine quantité de sel), motifs hygiéniques et sociaux...

¹ « Il est et restera absurde de parler d'un passage de l'U.R.S.S. à une "économie de consommation", écrit F. COHEN. Il s'agit là du rêve d'idéologues de l'impérialisme imaginant que l'U.R.S.S. pourrait s'en remettre au monde capitaliste pour le développement des forces productives et la production de l'industrie lourde et revenir au rang de consommateur et de fournisseurs de matière première de type colonial ». *L'U.R.S.S. en mouvement*, Essais sur la vie soviétique, Paris 1963 (Les essais de *La Nouvelle Critique*), p. 65.

Ce sont justement les erreurs et les imperfections des systèmes de ravitaillement durant les deux guerres mondiales qui poussent la grande majorité des individus et ménages à témoigner de défiance vis-à-vis d'activités de cet ordre. Dans cette perspective la liberté de consommation est présentée comme l'un des biens les plus précieux de l'homme. On oublie seulement, à en exalter le principe, qu'en pratique cette liberté est assez restreinte, du moins pour la plupart des consommateurs. En premier lieu elle n'a de sens que par rapport au revenu disponible qui, en de nombreux cas, reste insuffisant pour assurer la couverture des besoins essentiels. Par ailleurs l'acheteur ne dispose pas des informations indispensables pour apprécier et comparer les possibilités qui lui sont ouvertes de satisfaire ses besoins. Or une liberté, dont l'exercice repose sur des notions fausses ou incomplètes, est un facteur susceptible de réduire, et non de garantir, le bien-être acquis par l'emploi du revenu. Enfin le consommateur est l'objet d'une pression constante (publicité, influence des modèles de la classe dominante...) dont le but avoué reste d'orienter ses facultés de choix et d'annuler les résistances ou réticences aux suggestions des producteurs.

Cependant, que ce soit sous l'effet d'une faiblesse intrinsèque ou d'une inclination démagogique, les autorités se laissent influencer par de telles critiques et renoncent à prendre les mesures indispensables au niveau de la consommation. Or, du fait de cette abstention, elles se privent en réalité de la faculté d'orienter la répartition des forces productives car il est difficile d'imposer une discipline à la production si on abandonne les choix des consommations aux seules impulsions de la demande solvable.

Sur la base de nombreuses expériences, nous savons qu'il n'est pas possible d'aménager le déroulement de la production dans un sens plus conforme aux besoins de l'homme sans mettre en œuvre une certaine discipline de la consommation. En période d'abondance relative et [p. 538] compte tenu des possibilités ouvertes par le progrès technique, on peut réaliser cet objectif d'une manière qui augmente, en fait, la liberté de consommation des unités à ressources modestes. Je voudrais mentionner ici les principales têtes de chapitre d'un tel dispositif.

a) MODIFICATIONS DANS LA STRUCTURE DES REVENUS

La politique des revenus est probablement l'un des instruments les plus efficaces pour mettre en œuvre une politique de la consommation. Encore que les résultats acquis à ce titre depuis 1945 soient des plus modestes, c'est un instrument qui, dans un contexte socio-politique favorable, permettrait d'améliorer considérablement la situation.

En ce qui concerne les ménages à faibles revenus, le problème essentiel reste celui de la lutte contre les besoins insatisfaits ou mal satisfaits. La liberté de

consommation reste une pure abstraction pour tous ceux qui n'accèdent pas au minimum social et, trop souvent encore, physiologique d'existence. Je rappelle à cet égard les privations subies par les familles nombreuses au titre de la qualité de la nourriture, des dimensions du logement, des acquisitions vestimentaires, des loisirs. Or sur les 2 735 000 familles ressortissant au régime général des allocations familiales (chiffre de 1960), on en compte environ 480 000 ayant quatre enfants et plus. Mais les familles nombreuses ne sont pas les seules victimes de ces injustices qui touchent aussi plusieurs milieux ouvriers, de nombreuses catégories d'exploitants agricoles, les vieillards, etc.

Dès lors, l'article numéro un d'une politique de la consommation doit être d'assurer à chaque membre de la communauté un minimum d'existence en rapport avec les capacités techniques dont jouit cette communauté et la morale sociale qui s'y affirme. Contrairement aux pays sous-développés, nous n'avons plus d'excuses pour tolérer la pauvreté, la sous-alimentation et la malnutrition, la crise du logement... Qu'aujourd'hui encore près de 60% des logements en France ne disposent pas d'un lavabo intérieur, c'est là une carence qui, à elle seule, suffirait à faire douter de la valeur et de la légitimité du régime économique existant.

Au titre de l'action sur les revenus, on évoque volontiers l'emploi de mécanismes de redistribution. L'expérience que nous en avons acquise au cours des dernières décennies incline peu à l'optimisme quant à la portée effective de tels dispositifs. En réalité, il serait bien préférable d'assurer une saine distribution à l'état initial. Mais, qu'on procède à cet égard d'une manière ou d'une autre, il n'y a pas de solution véritable au problème de la consommation sans une action adéquate au niveau [p. 539] de la formation des revenus. Le système de l'économie distributive présente des défauts certains mais ses partisans ont eu le grand mérite de montrer la nécessité sociale et aussi économique de dissocier les facultés de consommation de l'homme de la valeur marchande de son travail (dissociation dont les prestations familiales sont un élément).

C'est également par une action sur les revenus que l'on pourrait tenter de mettre fin à certains gaspillages et à diverses consommations de luxe qui sont un défi à la morale et à la raison. On dit volontiers qu'en raison du petit nombre des bénéficiaires, le total des prélèvements effectués de la sorte sur les ressources disponibles demeure faible. Mais il faut compter aussi avec le sentiment de scepticisme et de dégoût moral que de tels abus provoquent chez les non-privilegiés qui constituent la grande masse de la population. En tolérant les gains himalayens que s'attribuent les managers de l'industrie et du commerce, les pouvoirs publics privent de toute légitimité l'action qu'ils sont susceptibles d'exercer et qu'il peut être nécessaire d'exercer au niveau des revenus modestes.

En définitive, une part notable des problèmes de la consommation — et ceux qui tiennent à la structure de la demande solvable, elle-même fonction des ressources de divers groupes sociaux — pourrait être résolue par une action sur la distribution

des revenus. Durant les années 1950, les couches dominantes sont parvenues, tant en France qu'en Grande-Bretagne, à bloquer toute velléité de redistribution du revenu social et même à en discréditer l'idée. Ne nous y trompons pas : c'est là l'un des meilleurs indices que nous ayons de la remontée du capitalisme après les coups qui lui furent portés dans l'immédiat après-guerre. Tout essai de réforme sociale dans un sens favorable aux couches modestes comporte nécessairement une remise en cause de la structure présente des revenus.

Si l'on en croit les résultats d'une enquête de l'Institute of Economic Affairs dont les résultats ont été présentés en juillet 1963 (*Choice in welfare*), les Britanniques seraient actuellement las du Welfare State. Une large partie des personnes interrogées voudraient que l'État concentre ses efforts sur les couches qui ont réellement besoin d'une telle protection en laissant aux autres plus de latitude dans la conduite de leurs affaires. Le National Health Service ferait en particulier l'objet de nombreuses critiques (41% seulement de l'échantillon questionné souhaitant son expansion). En somme, selon les commentaires des journaux conservateurs la moitié des britanniques préféreraient aujourd'hui la liberté à la servitude bienfaisante que suscite le « Welfarisme ». Ces résultats méritent d'être analysés dans la mesure où l'actuelle prospérité, [p. 540] conduisant à l'oubli des misères passées, suscite peut-être un regain de faveur à l'égard des mesures de protection privée. Cependant, l'Institute constituant par définition un instrument de lutte contre le Welfare State, une certaine méfiance s'impose à l'égard de ses activités dont l'intention est nettement polémique.

Dans l'état présent du rapport des forces et, tant que les partis socialistes se tiendront pour les gérants de l'ordre capitaliste, on ne peut envisager à ce titre que des mesures modestes — ainsi une adaptation des prestations familiales au coût de la vie en vue de réduire les privations dont souffrent les familles. De tels ajustements ne sont pas susceptibles d'exercer sur les consommations finales des conséquences notables. Au total, l'idée d'exercer des mutations dans la consommation par une action sur les revenus ne saurait trouver de base ou de soutien dans la pratique sociale actuelle. En résulte-t-il pour les autorités l'impossibilité d'exercer une action utile ?

b) INFLÉCHISSEMENT DE CERTAINES CONSOMMATIONS

La réalisation de changements substantiels dans la distribution permettrait sans doute d'envisager des modifications importantes dans le domaine de la consommation. Le fait que les premiers ne soient pas possibles aujourd'hui permet d'avancer que les secondes restent également hors de portée, l'emploi de moyens autres que l'action sur les revenus étant difficilement concevable. En somme, et le point n'a rien de surprenant, les mêmes obstacles qui empêchent de mettre en cause l'inégalité des revenus se dressent contre une politique agissant directement au niveau de la consommation. Cependant, on peut envisager l'accomplissement de

diverses actions dont l'accomplissement ne manquerait pas de portée pour la santé et le bien-être des consommateurs. Les pouvoirs publics disposent à cet égard de trois possibilités :

— Réglementation pouvant aller jusqu'à l'interdiction de certaines consommations nuisibles (cas des produits narcotiques par exemple). Jusqu'à présent les seuls intérêts pris en considération à ce titre ont été ceux de la santé physique mais on pourrait concevoir, dans le cadre de certaines priorités d'une incontestable urgence que des interdictions soient également promulguées à l'encontre de certaines consommations (ou sources de consommations) secondaires et superflues : par exemple priorité à la construction d'H.L.M. sur celle de résidences de luxe ou de villas de plaisance.

[p. 541] — Maniement de la fiscalité, spécialement sous sa forme indirecte, en vue de restreindre ou de favoriser la consommation de certains produits. Dans le sens restrictif, les exemples les mieux connus sont ceux des impôts qui frappent les boissons alcooliques et le tabac : leur élévation est combattue par les groupes de producteurs intéressés sans que l'on ait la certitude qu'elle soit susceptible de procurer les résultats visés. À l'inverse, des exonérations ou réductions de taxes pourraient être attribuées à des produits dont on souhaite développer l'acquisition.

— Essai de persuasion qui peut lui-même revêtir des formes diverses (ainsi campagnes de propagande contre des produits réputés nuisibles : voir en France l'activité du Haut Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme). On peut également rattacher à ce courant l'information sur les prix et les ressources données par les postes de la radio-télévision nationale (Télex-consommateurs). À titre de précédent historique mentionnons l'effort entrepris par l'Allemagne nationale socialiste pour orienter les ménagères vers un régime alimentaire favorisant les produits végétaux par rapport aux produits animaux (et spécialement aux graisses d'origine animale). À cet effet, on mit sur pied un plan permanent d'alimentation fixant d'abord des directives générales et indiquant ensuite mois par mois au consommateur les produits dont l'achat leur était recommandé ¹.

Qu'il soit possible d'obtenir des résultats par des politiques de cet ordre, l'évolution de la consommation des boissons, qui traduit un léger recul de l'alcoolisme, en porte témoignage étant toutefois précisé que la France reste en tête des pays industrialisés pour la consommation d'alcool par adulte. Alors que la projection de la consommation pour 1965 prévoyait une augmentation de la consommation totale des ménages de 41%, l'élévation pour le vin n'était que de 16%. Quant aux consommations d'apéritifs, d'eaux de vie et de liqueurs, elles sont en légère diminution depuis quelques années sous la triple influence des changements intervenus dans les conditions d'existence, des mesures prises contre

¹ D'après WAGEMANN » (E), *La stratégie économique*, Principes généraux de politique économique, Paris, Payot, 1938, pp. 289-290.

l'alcoolisme et de la hausse des prix consécutive, notamment, à l'alourdissement des taxes indirectes. Par contre la consommation des boissons sans alcool progresse fortement encore qu'elle soit freinée par les prix trop élevés de celles-ci comparativement à celui du vin.

Mentionnons à ce propos l'œuvre de la Fédération Française pour l'utilisation naturelle des fruits qui groupe les associations régionales dont le but est de faciliter la préparation de jus de fruits à la ferme [p. 542] (principalement pommes et raisins) et d'assurer la propagande en faveur des jus de fruits français (stations uvaies, promotion des ventes, distribution dans les écoles...).

Au titre de l'alimentation, il serait certainement utile d'amplifier la consommation de la viande de porc, de la volaille et du poisson relativement à celle de la viande de bœuf. Dans ses structures actuelles l'État, il est vrai, n'est pas très bien placé pour réaliser une telle propagande et à confier l'exécution de telles campagnes aux professionnels on court le risque que l'opération se traduise par une hausse des prix allant à l'encontre du but visé ¹.

Au surplus, cet effort d'infléchissement risque de trouver assez rapidement son point d'arrêt dans les structures objectives de la production. C'est un fait qu'à plusieurs égards la consommation médicale reste insuffisante. La médiocrité du revenu de tant de Français permet de comprendre cette situation mais il faut aussi compter avec l'insuffisance de l'équipement médical, sanitaire et hospitalier. Or les besoins ne cessent d'augmenter, la vie moderne entraînant une multiplication de déséquilibres psychologiques et physiologiques qui nécessitent un recours aux spécialistes et aux hôpitaux. À quoi bon insister sur l'importance d'une surveillance continue de la santé alors que tant de villes, pour ne pas parler des campagnes entièrement déshéritées sous cet angle comme sous tant d'autres, ne disposent pas d'un équipement suffisant.

Au total, tout effort d'infléchissement de la consommation se heurte rapidement à la nécessité d'une ré-orientation des structures de la production, l'exemple allemand ayant en particulier clairement établi l'impossibilité de réaliser une action sur la consommation sans assurer une direction effective de la production agricole.

¹ Mentionnons à ce titre la campagne d'information lancée en février 1964 pour développer la consommation du poisson qui demeure très faible en France. En principe de telles opérations ont pour objectif de favoriser l'expansion d'une branche de la production mais il en peut résulter certains avantages pour les consommateurs. Cette campagne dont le but est de vulgariser les qualités diététiques du poisson doit être financée au moyen d'une taxe spéciale supportée par les producteurs.

6) RE-ORIENTATION DE LA PRODUCTION

Qu'elle trouve son mode d'accomplissement dans une modification de la structure des revenus ou dans un infléchissement de la consommation de certains produits, toute politique de la consommation qui entend dépasser le stade de la distribution commerciale, c'est-à-dire remonter plus haut que celui-ci aboutit nécessairement au niveau de la production. En définitive il n'y a de véritable et authentique politique de la consommation que celle portant sur l'allocation des moyens de la production entre les divers emplois possibles en vue d'agencer celle-ci dans le sens le plus conforme aux intérêts des consommateurs. C'est dans la mesure où l'état présent des forces socio-politiques limite considérablement de telles possibilités de manœuvre que l'action de défense et de protection des consommateurs ne me paraît pas susceptible de modifier substantiellement la condition de ceux-ci.

Soit la consommation de viande de bœuf. Il existe certainement en ce secteur de l'alimentation des besoins insatisfaits. Des mesures ont été prises pour favoriser l'élevage des bovins et susciter une amélioration qualitative du cheptel (méthodes d'élevage, vulgarisation, investissements privés, investissements collectifs pour améliorer le circuit de la viande). Or si l'on en croit la conclusion d'un récent colloque sur la viande qui rassemblait des spécialistes du problème (éleveurs, commerçants et fonctionnaires) l'offre ne progresserait pas assez pour satisfaire une consommation croissante, d'où le risque d'une stimulation de la hausse des prix. À long terme, la seule solution est de ré-orienter les préférences des producteurs agricoles en faveur de cette spéculation, mais les mêmes spécialistes estiment que ce transfert exigerait une forte revalorisation des prix du bœuf à la production destinée à se répercuter inévitablement sur les prix de détail¹. Une fois de plus les familles à revenus modestes risquent de faire les frais de l'opération, seules les classes aisées ayant assez de moyens pour augmenter leur consommation de ce produit.

L'un des obstacles auxquels se heurte l'action de l'État en ces matières est la présence de structures monopolistiques et du dirigisme professionnel. En dehors de l'action dite anti-trust, dont j'ai déjà souligné l'inévitable faiblesse, la puissance publique n'est pas absolument dépourvue de moyens de lutte, l'un d'entre eux étant l'abaissement de la protection douanière pour le produit au secteur considéré. Sans tomber dans la thèse assez naïve qui fait du libre échange l'une des conditions nécessaires de la maximisation du bien-être, on peut admettre que la protection douanière facilite l'établissement et le maintien des ententes nationales. Mais l'État est en train de se dépouiller de ses prérogatives douanières (Marché Commun) au profit d'un organisme dont rien ne garantit qu'il aura le désir et surtout les moyens

¹ Selon *Le Monde*, 17-18 novembre 1963, p. 9.

de s'opposer à la concentration sous toutes ses formes qui s'affirme aujourd'hui au sein des six pays.

Cependant, le rôle de l'État en de nombreux domaines, que ce soit à titre d'acheteur direct ou de bailleur de fonds, atteint désormais un tel niveau que les services gouvernementaux auraient s'ils le voulaient la possibilité de ré-orienter l'activité de la branche dans un sens conforme aux priorités. Encore faudrait-il pour cela que de telles priorités existent et que les dirigeants responsables soient décidés à en obtenir le respect.

[p. 544] Soit, par exemple, l'industrie du bâtiment et des travaux publics. Elle bénéficie de larges perspectives d'activité et de profit non seulement grâce à une demande soutenue de logements (qui repose en une grande mesure sur des fonds publics) mais aussi du fait d'un important programme de constructions scolaires et de travaux divers (routes, urbanisme...). L'État tient dans ses mains le sort de cette branche et l'on pourrait concevoir qu'il en profite à la fois pour obtenir un allègement du coût de la construction et pour imposer un ordre d'urgence dans l'ouverture de nouveaux chantiers. Or il n'apparaît pas que de telles facultés soient réellement utilisées, bien qu'il s'agisse de l'un des secteurs dans lesquels les familles modestes éprouvent et continueront longtemps d'éprouver les plus vives difficultés. Mais, en dehors d'une planification de l'économie, une telle ré-orientation est-elle concevable ?

4. Du marché à la planification.

[Retour à la table des matières](#)

C'est seulement dans le cadre d'un plan qu'il est possible de réaliser avec quelque efficacité les opérations dont je viens de décrire le principe. Il n'est pas d'action sérieuse en faveur de la consommation qui n'exige un ajustement de la production et, vice-versa, toute démarche au niveau de la production risque de connaître l'échec si elle ne s'accompagne pas d'un effort d'orientation au stade de la consommation. En dépit de toutes les spéculations, si souvent byzantines, des tenants de l'Economics of Welfare, qui voient dans le marché un mécanisme optimum d'ajustement, ce régime ne parvient à joindre la production à la consommation qu'au prix d'énormes gaspillages et en proportionnant étroitement les satisfactions accordées aux ressources monétaires de chacun. Certes, la planification comporte aussi ses gaspillages mais il est injuste de prononcer des jugements définitifs sur une expérience qui en est encore à la phase de rodage.

Dans l'ouvrage déjà cité *Challenge to affluence*, Myrdal estime qu'il n'y a pas d'autre solution aux difficultés des États-Unis que l'institution d'une planification économique à long terme, celle-ci devant aller bien plus loin sur la voie du dirigisme que les économies européennes ne le font ou n'envisagent de le faire. Pour l'immédiat, l'objectif de cette planification devrait être d'engager la lutte contre la

pauvreté par la réalisation d'un programme massif de travaux publics financé sur les fonds du gouvernement fédéral. À échéance plus lointaine, il s'agirait de donner à la main-d'œuvre les qualifications professionnelles nécessaires dans l'économie de demain. Selon Myrdal, un tel planning serait encore plus nécessaire en Amérique qu'en Europe, la première étant soumise à des facteurs d'instabilité économique plus nombreux et plus puissants que la seconde. Mais, pour réaliser un tel effort, les États-Unis devraient procéder à une révision radicale de leurs idées politiques et sociales. Au surplus, l'absence en ce pays d'une grande force de gauche rend peu vraisemblable que les non-privilegiés et mal pourvus soient capables de l'action cohérente qui serait nécessaire pour assurer le redressement de la situation.

Sous l'angle du bien-être des consommateurs, un plan économique doit, pour répondre à son nom, comporter les mesures ou séries de mesures suivantes :

1° Part respective de la durée du travail et de l'activité libre. — C'est là l'une des options essentielles que pose et ne cessera de poser le perfectionnement de la technologie. En termes de finalité économique, il convient de se prononcer entre l'accroissement de la masse des produits consommables et l'extension des loisirs. À long terme, la diminution de la durée du travail relève d'une tendance irréversible qu'elle prenne la forme d'une diminution de la journée de travail ou d'un allongement des vacances. À l'époque récente, ce mouvement a été stoppé certains estimant que la durée du travail a augmenté, d'autres que l'alourdissement de divers horaires a été compensé par l'octroi de la troisième semaine de congés payés (1956). Encore que son influence doive s'exercer de façon progressive, l'automation donnera un nouvel élan au problème.

Toute politique de réduction générale du travail se heurte à la même difficulté : l'existence de différences notables entre les diverses branches sous l'angle des besoins de main-d'œuvre (les surplus des unes, faute d'une mobilité professionnelle suffisante, ne pouvant toujours compenser les déficits des autres). En tout cas, l'extension prévisible des loisirs serait désastreuse si, comme c'est le cas aujourd'hui, l'occupation du temps libre avait pour principal effet d'enrichir les marchands de spectacle d'une qualité douteuse, les agences de voyages et autres entreprises mercantiles de tourisme. À moins d'abdiquer totalement, l'État moderne devra accorder une attention croissante aux besoins culturels de ses ressortissants.

2° Politique des revenus spécifiant les conditions de partage entre les groupes sociaux du surplus de la production affecté à la satisfaction des besoins privés. — On peut certes esquiver le problème comme l'a fait [p. 546] le IV^e Plan français ce qui revient à adopter l'hypothèse de l'invariance de la structure des revenus c'est-à-dire d'une croissance uniforme de la part de chacun. Les troubles sociaux qui ont affecté gravement plusieurs secteurs de la vie française (fonction publique, entreprises nationalisées, agriculture...) illustrent clairement les dangers d'une telle carence.

En l'état présent des choses il serait certes souhaitable que la totalité de l'excédent soit affectée, prioritairement, au relèvement de la condition des couches les plus défavorisées. Toujours idéalement, il serait très désirable de réduire, de manière drastique, les revenus capitalistes qui découlent de la propriété et de la gestion supérieure des instruments de production. Sans aller jusqu'au nivellement, rien ne justifie les écarts mentionnés dans le premier chapitre de ce livre. De toute manière il serait souhaitable que les autorités officielles prennent leurs responsabilités en indiquant avec netteté les critères de répartition qu'il leur paraît raisonnable de mettre en œuvre.

3° Part des ressources affectées à la satisfaction des besoins collectifs. — Tout au long de cet ouvrage, j'ai mentionné de multiples phénomènes qui commandent impérieusement le développement des services et équipements affectés à la satisfaction de ces besoins. Le fait que des grands ensembles d'habitations puissent être livrés aux locataires sans contenir les éléments collectifs indispensables à la vie des groupes humains représente certes une carence éclatante mais qui n'est pas exceptionnelle. Pour réaliser en ce domaine non pas l'optimum mais le minimum de modernisation et d'expansion indispensables, il faudrait aller très loin sur la voie du transfert des investissements. Aujourd'hui le bloc des dépenses militaires constitue le principal obstacle à une expansion des équipements collectifs qui soit en harmonie avec les besoins effectifs. Mais le secteur privé comporte bien des sources de dépense dont le tarissement serait profitable à la collectivité (celle-ci ayant tout de même plus d'intérêt à disposer d'une école ou d'un hôpital moderne que de magasins ou d'hôtels de luxe). Autrement dit la réduction des dépenses de guerre dans le cadre d'un authentique désarmement ne résoudrait qu'une partie du problème.

4° Orientation des forces productives conforme aux priorités choisies. — En son sens le plus élevé, la planification a pour ambition d'enlever aux impulsions de la demande solvable la responsabilité de déterminer les fins de l'activité économique. Techniquement développées et, parfois, [p. 547] encore au niveau des réalisations sociales et humaines trop souvent arriérées. L'étude de la consommation au sens large du terme n'est pas en mesure d'utiliser sa puissance pour transformer profondément la condition de l'homme. Les excès et abus qui caractérisent aujourd'hui la consommation dans les sociétés dites opulentes illustrent, mieux encore que les avatars de la production, l'urgence d'un recours aux formules de l'économie planifiée. À cette condition seulement l'homme se trouvera en mesure de réfléchir sur les objectifs finaux de l'activité économique et d'infléchir celle-ci dans le sens qu'il tiendra pour optimum.

La nécessité de planifier l'économie ne correspond ni à une inclination dogmatique ni à une fantaisie ou mode passagère. Elle est imposée par les exigences de la technologie moderne et ses implications sur le destin de nos sociétés. Pour ne prendre qu'un exemple, il me paraît inconcevable de laisser à un grand trust privé la

faculté de déterminer à sa guise et, parfois en fonction d'accords signés avec des groupes étrangers, le rythme d'exploitation des innovations technologiques réalisées à l'aide de fonds apportés par les consommateurs (et dans certains cas les contribuables). Étant donné ses conséquences pour la totalité des hommes — et notamment des hommes en tant que consommateurs — l'orientation et la mise en œuvre de la technologie doivent être placées sous contrôle public, la planification représentant la seule méthode concevable d'une telle intégration.

IV. ESQUISSE D'UN PROGRAMME

[Retour à la table des matières](#)

En préparant cet ouvrage, j'avais adopté deux hypothèses de travail. La première, fondée sur une longue observation de la pression des groupes, était de n'attribuer qu'une importance limitée à l'action et à l'influence des associations ordinaires de consommateurs, celles qui entendent assumer la défense indifférenciée de tous ceux-ci. Ma deuxième hypothèse relative à l'amélioration de la situation présente constituait en somme une réponse à cette insuffisance : elle impliquait la possibilité, en se fondant sur la masse des consommateurs modestes, de promouvoir des éléments importants de la réforme sociale à partir des rapports de consommation. Le mobile de ce renversement des perspectives habituelles (changement à partir des rapports de production) était le souci [p. 548] de limiter l'exploitation des consommateurs à laquelle se livrent aujourd'hui les firmes capitalistes — exploitation d'autant plus facile que, contrairement aux travailleurs, les consommateurs n'ont pas su se doter d'une organisation efficace.

Ma première hypothèse s'est révélée juste : même dans les pays où elles ont une audience assez large, les organisations de consommateurs, et notamment celles qui s'adonnent aux tests comparatifs, ne représentent qu'une bien faible puissance par rapport au capital monopolistique. Mon enquête m'a montré au surplus que la grande majorité de ces associations acceptent en réalité le régime capitaliste dont elles cherchent seulement à améliorer le fonctionnement.

Par contre, ma seconde idée n'a pas résisté à une analyse plus approfondie : aujourd'hui comme hier la réforme sociale reste liée à une action sur les rapports de production. Et, dès lors, mis à part les domaines limités dont s'occupent les associations ordinaires de consommateurs et l'action en faveur des familles que mènent les groupements familiaux, la seule issue ouverte aux consommateurs à revenus modestes est d'intervenir pour que l'intérêt « consommation » fasse l'objet d'une plus grande attention de la part des organismes voués à la défense générale des travailleurs. Mais quels pourraient être les grands points d'application d'une activité de cet ordre ?

*
* *

Tout au long de ce livre, nous avons accumulé les exemples de décalage profonds et parfois tragiques entre les besoins authentiques des couches pauvres ou à revenus modestes et les moyens affectés à la satisfaction de ceux-ci. L'un des motifs essentiels de cette carence tient à ce que dans nos sociétés marchandes la création des services publics nécessaires ou utiles au bien-être des citoyens ne peut s'effectuer que par une entorse à la logique du gain monétaire. Certes, la généralisation de la sécurité sociale a contribué, du moins dans les pays où cette évolution s'est accomplie, à réduire la gravité du problème. Mais, nulle part, les autorités ne sont parvenues à supprimer la primauté de la demande solvable : même dans les régimes conçus pour assurer la gratuité des soins médicaux, l'homme riche ou simplement bien pourvu jouit de facilités particulières et de traitements de faveur.

On ferait preuve d'un manque total de réalisme en demandant que, dès maintenant, la fourniture de la totalité des biens et services indispensables à l'homme soit dissociée du revenu et de la situation finan-[p. 549] cière. L'Union Soviétique elle-même n'envisage l'avènement d'une telle situation qu'au terme d'une longue phase d'évolution. Par contre, il peut sembler moins utopique d'envisager une telle dissociation pour un petit nombre de secteurs d'importance vitale tant pour l'individu bénéficiaire que pour la collectivité dans son ensemble. Pour ces secteurs, le système préconisé aboutirait à la prise en considération du besoin et non plus (ou non plus seulement) de la demande solvable. En dehors de ses effets immédiats pour le bien-être des couches défavorisées, une telle formule aurait l'avantage d'habituer les hommes à des types nouveaux de relations sociales. Trois secteurs d'une grande signification, et dans lesquels au surplus le mouvement de dissociation est déjà amorcé, pourraient se prêter à de telles opérations : le logement, la santé, l'enseignement.

1° Compte tenu de la situation grave et à plusieurs égards désastreuse de l'habitat français, situation désormais parfaitement connue, le logement est l'un des secteurs qui devrait bénéficier d'un transfert massif de ressources (le principal goulot d'étranglement étant la nécessité de former une main-d'œuvre qualifiée) et donner lieu à l'établissement d'un ordre rigoureux de priorités sociales. À supposer ces point acquis, on peut s'interroger sur les conditions financières dans lesquelles devrait être assurée aux familles modestes la fourniture d'un logement adapté à leurs besoins aussi bien quantitatif (nombre d'enfants) que qualitatif (exigence d'un confort moderne).

Dans un régime fondé sur l'appropriation privée des biens de production, il n'est pas possible d'envisager l'attribution à titre gratuit du logement familial. Le système actuel d'allocation-logement est à la fois imparfait et insuffisant. Il serait préférable de lui substituer une formule permettant à chacun d'obtenir un logement proportionné à ses besoins réels moyennant versement d'un pourcentage uniforme de son salaire. Autrement dit, l'espace accordé dépendrait de la dimension de la famille selon un barème dont l'établissement ne paraît pas devoir soulever de difficultés particulières, le même espace, donnant lieu à la perception des loyers différents selon l'importance des gains des intéressés. De prime abord il peut sembler juste que le prélèvement ainsi effectué sur les ressources familiales soit fixé à 10% (le chiffre de 15% avancé par certains partisans de ce système paraissant un peu trop élevé).

Bien entendu, la mise en œuvre d'un tel système qui couvrirait aussi les personnes ayant, pour une raison ou l'autre, achevé leur vie de travail, soulèverait de nombreux problèmes technico-financiers. Il conviendrait d'en limiter les bénéficiaires aux seuls foyers modestes (institution [p. 550] d'un plafond de base s'élevant d'une somme déterminée pour chaque personne à charge). Le prélèvement porterait uniquement sur le salaire (ou, pour les vieillards, sur l'allocation de retraite) à l'exclusion de toutes les prestations familiales. Enfin il faudrait prévoir un système de versements complémentaires destiné à combler la différence entre les sommes versées par les locataires et celles nécessitées par le financement de la construction, de l'entretien et de l'amortissement du bâtiment. Parmi les ressources auxquelles on pourrait songer à cet effet, je mentionnerai l'établissement d'une contribution générale sur les salaires versés par les entreprises ou encore l'établissement d'une fiscalité particulière sur les appartements de luxe et résidences secondaires.

Il est hors de doute que l'application d'une telle formule susciterait de vives résistances et soulèverait des difficultés administratives. Ni les premières, ni même les secondes ne me paraissent décisives. Il ne me semble pas que le fonctionnement d'un service national du logement, auquel pourrait être confiée la réalisation d'un tel projet, soit nécessairement plus complexe que la gestion de l'appareil fiscal. Il y faudrait du personnel mais son importance numérique resterait faible comparativement aux effectifs que mobilisent tant d'activités futiles ou secondaires. Même si au départ le régime ne s'appliquait qu'à un petit nombre de familles, il présenterait l'immense avantage d'illustrer la possibilité, pour peu qu'on y tienne, de dissocier la satisfaction des besoins de la solvabilité financière.

Le point essentiel me paraît être que le logement cesse de constituer une marchandise à la libre disposition du propriétaire. L'habitation si modeste soit-elle constitue pour la famille un cadre d'existence dont seuls des motifs extrêmement graves devraient permettre de la chasser. L'expulsion sur simple congé est un procédé autocratique qui correspond à l'esprit de temps révolus. Aucune opération

de ce type ne devrait être tolérée sans garantie d'un relogement satisfaisant. Il n'est plus raisonnable que la vie familiale puisse être troublée par les impulsions ou les intérêts d'un propriétaire d'immeuble ou d'une quelconque régie immobilière ayant pour seul mobile d'augmenter l'assiette de ses prélèvements ¹.

2° Des formules d'inspiration analogue devraient être mises en œuvre dans l'ordre de la consommation médicale, l'objectif étant de dissocier totalement la protection de la santé de la situation financière de chacun. Il est désormais à la mode dans les milieux médicaux européens de railler l'expérience du Service national de santé de Grande-Bretagne et il est [p. 551] possible qu'une partie des Britanniques ne soient pas totalement satisfaits des conditions de fonctionnement du service. Si l'on veut bien réfléchir à l'ampleur des bouleversements impliqués par l'expérience, il paraît inévitable que des erreurs aient été commises dans le lancement et le fonctionnement de cette immense machine. Cependant malgré les informations communiquées par l'Institute of Economic Affairs, je serais très surpris que la masse des habitants de ce pays accepte jamais de renoncer aux avantages du Service dont l'un des plus grands mérites a été de débarrasser les familles modestes de tout risque d'appauvrissement dû à la maladie. En réalité, la gratuité totale des soins médicaux et chirurgicaux ainsi que celle des produits pharmaceutiques devrait constituer l'un des objectifs prioritaires d'une société industrialisée. Loin de constituer un fardeau intolérable pour l'économie, ce système serait une source d'enrichissement pour la collectivité.

On estime qu'en Grande-Bretagne la charge du Service National de Santé — soit environ 900 millions de livres par an — représente un pourcentage du revenu national brut de l'ordre de 4,7%. Une partie du coût du service est assurée par les cotisations hebdomadaires des affiliés (celles-ci couvrant actuellement 15% des dépenses) ². La Suède affecte aux dépenses de santé un pourcentage équivalent à celui de la Grande-Bretagne, le pourcentage des États-Unis s'élevant à 5,2% (la nette supériorité du revenu américain par tête expliquant la légère augmentation du pourcentage de la dépense médicale) ³.

¹ Il semble qu'actuellement le gouvernement français s'oriente vers un système faisant varier le montant de l'aide publique à la construction selon les ressources des familles qui la sollicitent. Il est encore trop tôt pour apprécier les conséquences de cette politique dont les premiers éléments ont été fixés par des textes parus au *J.O.* du 29 décembre 1963.

² Le dernier ouvrage en date, et probablement le meilleur, sur cette expérience est : LINDSAY (A.), *Socialized medicine in England and Wales, The National Health Service, 1948-1961*, University of North Carolina Press, 1962.

³ Chiffres extraits d'une étude sur les principes de base d'une assurance-maladie publiée dans le journal des coopératives suisses *Coopération*, 14 septembre 1963. Pour une critique de l'intervention de l'État dans les soins médicaux voir : SCHOECK (H.) éd. *Financing medical care*, Caldwell (Idaho), Caxton Printers, 1962. Pour une discussion générale du problème voir

On postule généralement, surtout dans les milieux médicaux que la socialisation du financement des soins médicaux — qu'elle intervienne par le truchement du budget de l'État ou s'effectue à l'aide d'un budget particulier alimenté par les cotisations des entreprises — implique automatiquement socialisation de la fonction médicale. Si l'on considère le Service britannique, c'est une déduction certainement excessive. L'élimination des rapports financiers entre le malade et son médecin y a placé la pratique médicale sur une base plus saine. Certes, les médecins de ce pays supportent désormais un certain nombre d'obligations et beaucoup préféreraient au mode de paiement actuel (somme fixe annuelle pour chaque affilié figurant sur la liste) une tarification à l'acte. Mais dans l'ensemble, si l'on met à part les conditions de paiement, la relation médecin-malade reste comparable à celle des pays où continue de prévaloir la médecine dite libérale : le libre choix du médecin est garanti ; celui-ci peut transmettre son patient à un confrère qui semble mieux apte à le soigner ; le secret médical ne subit aucune atteinte et la liberté de prescription est complète. Le Service comporte [p. 552] il est vrai une certaine rigidité bureaucratique et, placé sous le contrôle direct du gouvernement, il est exposé aux pressions et aux contre-coups de la politique. Mais les soins médicaux sont répartis avec beaucoup plus d'équité qu'ailleurs et les médecins y disposent de plus grandes facilités qu'auparavant pour pratiquer leur art.

On connaît les immenses difficultés qu'a suscité le projet de loi Gazier tendant à garantir aux assurés sociaux le remboursement à 80% de leurs dépenses médicales : il fallut attendre le décret du 12 mai 1960 pour que le problème reçoive une solution, le dispositif institué suscitant de vives réactions de la part du corps médical ¹. Mais des conflits du même ordre s'observent dans tous les pays où les pouvoirs publics s'efforcent de plier les médecins aux disciplines collectives qu'impose le souci d'assurer un égal accès de toute la population aux techniques et ressources de la pratique médicale moderne. Comme le note P. Laroque : « les professions médicales et para-médicales résistent aux transformations que leur imposent la sécurité sociale en même temps d'ailleurs que l'évolution technique. L'abandon des principes essentiels de la médecine libérale correspond pour elles à une dégradation sociale d'autant plus ressentie que ces professions se recrutent

« L'organisation de la médecine dans la société d'aujourd'hui », *Synthèses*, janvier-février 1961, pp. 335-476.

¹ 84. Cette histoire a été analysée en détails par HATZELD (H.), *Le grand tournant de la médecine libérale*, Paris 1963. Les difficultés d'application du décret du 12 mai 1960 ne sont pas terminées, certaines caisses de sécurité sociale n'ayant pu encore passer convention avec les organisations médicales de leur ressort. Ces caisses considèrent qu'elles doivent être mises à même de créer immédiatement des Centres de soins pour permettre aux assurés sociaux d'accéder aux soins médicaux avec la garantie du remboursement à 80% ou 100%.

surtout dans des milieux de classes moyennes, politiquement et socialement conservateurs » ¹.

Les résistances des médecins aux formules nouvelles sont, de la sorte, parfaitement compréhensibles mais c'est un combat d'arrière-garde : la médecine ne saurait conserver les normes d'une profession individualiste dans un monde où, sous l'effet des causes objectives (perfectionnements technologiques, industrialisation, urbanisation...), toutes les activités sont irrésistiblement conduites à accepter des disciplines collectives, qu'elles soient d'origine publique ou professionnelle ².

On peut en tout cas avancer que pour un pays comme la France la solution optimum est la création dans le cadre d'une sécurité sociale entière et renouvelée d'un Service National de Santé qui assure à tous les Français la gratuité totale des soins et traitements médicaux ainsi que celle des produits pharmaceutiques. Pour être efficace, une telle réforme, dont la généralisation du procédé du tiers-payant constitue l'étape initiale, doit impliquer une rénovation complète de l'équipement hospitalier et un développement considérable de la recherche médicale. Il serait également souhaitable qu'elle s'accompagne d'une expansion de la médecine de groupe et d'équipe dont plusieurs formules font actuellement l'objet d'expériences.

L'adoption d'un vaste dispositif de protection de la santé provoque [p. 553] nécessairement un accroissement de la consommation des remèdes — cette expansion pouvant susciter des abus défavorables à la santé. Il en résulte un accroissement des gains de la branche pharmaceutique toute entière depuis les usines et laboratoires de production jusqu'aux officines de distribution. Il ne semble pas que l'on puisse trouver une légitimité quelconque à un tel enrichissement dont les bénéficiaires se limitent à profiter d'un mouvement déclenché pour des raisons d'intérêt public et qui exige de la collectivité d'importants sacrifices. Actuellement le gouvernement français cherche par de nombreux moyens à diminuer l'ampleur de la consommation médicale et de la dépense pharmaceutique. S'agissant de cette dernière, il serait bien inspiré de s'attaquer en priorité aux profits industriels et commerciaux qu'elle permet de réaliser.

¹ Dans la préface à l'ouvrage collectif du Centre d'Études des Relations Sociales de l'Université d'Aix-Marseille, *Sécurité sociale et conflits de classes*, Paris 1962, pp. 10-11.

² Ces observations prennent un relief particulier si l'on sait que les médecins repoussent encore avec beaucoup de vigueur le principe du tiers payant. Sur ce point la profession médicale est unanime, ceux qui acceptent le conventionnement comme aussi ceux qui le repoussent. Les médecins déclarent voir dans la substitution d'un organisme au malade pour leur régler les sommes dues une immixtion intolérable dans la pratique médicale, une restriction à la liberté d'action de ceux qui s'y livrent. Observons que les protestations du corps médical ne font jamais mention du problème fiscal qui est pourtant l'un des éléments essentiels de ce refus (le système du tiers-payant pouvant avoir comme conséquence de les placer dans la même situation que l'ensemble des travailleurs). Il est clair qu'un jour ou l'autre ce mode de règlement l'emportera.

Jusqu'à présent, on s'est efforcé de limiter le montant de ces bénéfices par une réglementation sévère des prix, la rigueur même du système, aux dires des professionnels, ayant des incidences fâcheuses sur la recherche. Par ailleurs, la Sécurité Sociale s'est efforcée à diverses reprises d'obtenir un abaissement du taux de marque des pharmaciens d'officine — le taux de 33 ½ % déjà élevé pour les produits de petite valeur devenant un prélèvement injustifiable dans le cas d'articles très coûteux (exemple de certains antibiotiques dont le prix dépasse 200 francs). Il serait souhaitable d'instituer, à partir d'une marge de base, un taux dégressif au fur et à mesure de l'élévation du prix.

En définitive, de tels procédés ne sont que des palliatifs. La protection de la santé des hommes étant de plus en plus affaire d'intérêt public, il n'est pas raisonnable que les efforts si dispendieux accomplis à ce titre aient pour premier effet d'enrichir des affaires industrielles privées. Dans la mesure où les forces de gauche sortiraient de leur léthargie actuelle, la fabrication des produits pharmaceutiques constituerait l'une des branches auxquelles il y aurait intérêt à appliquer des mesures de nationalisation totale ou partielle (le maintien d'un secteur privé aux côtés du secteur public, et en concurrence avec lui, présentant, peut-être, certains avantages).

3° Je voudrais dire enfin quelques mots de l'enseignement. On s'imagine parfois qu'il suffit d'instituer la gratuité des études pour assurer l'égal accès de tous aux diverses branches de l'enseignement. Il suffit pourtant d'examiner l'origine sociale des étudiants et élèves de renseignement supérieur, voire même de l'enseignement secondaire, pour s'apercevoir qu'il n'en est rien. En réalité tout le contexte socio-économique défavorise les enfants des familles pauvres qui ont le plus grand [p. 554] mal à s'insérer et à demeurer dans le processus qui conduit à l'obtention de diplômes universitaires. Il en résulte un gaspillage de ressources intellectuelles qui pourrait bien être aujourd'hui l'une des grandes faiblesses des pays à régime capitaliste. En tout cas, des diverses variétés de l'attitude malthusienne, le « malthusianisme de l'intelligence »¹ est l'une des plus contestables du point de vue social et des plus lourdes de conséquences pour l'avenir.

¹ J'emprunte la formule à Loi (M.), *Le désastre scolaire*, Paris 1962, p. 244. Toutes les études effectuées à ce titre montrent que les enfants des milieux aisés (spécialement cadres supérieurs et professions libérales) bénéficient de privilèges considérables dans l'accès à l'enseignement supérieur. Toutefois, l'augmentation récente du pourcentage des étudiants en provenance de la classe ouvrière traduit une certaine démocratisation, encore très lente, de l'enseignement supérieur. Parmi les dernières recherches disponibles, voir : BENOIT (J.), « L'origine sociale des étudiants de l'Université de Lille », *Bulletin de la Société de Géographie de Lille*, 1962, nouvelle série, n° 5, pp. 54-62, et « Origine sociale des élèves de certaines grandes écoles », *Annexe statistique au feuillet documentaire du B.U.S.*, janvier 1962, pp. 1-20. Ces tendances sont confirmées par des statistiques récentes du Ministère de l'Éducation Nationale montrant que l'Université représente l'image inversée de la nation. De tels phénomènes n'ont rien qui soit

Considérons le taux moyen national de scolarisation au niveau de la classe de 6^e par rapport à la classe d'âge. Pédagogues et psychologues s'accordent à dire que 80% des enfants ont les aptitudes requises pour prolonger leurs études au-delà de l'école primaire. Or, en 1954, le taux d'entrée en sixième n'était que de 36% : en progression continue depuis lors, il dépasse désormais assez sensiblement la cote de 50%. Dans le double souci de démocratiser l'enseignement et de satisfaire les besoins de l'économie, le IV^e Plan a fixé pour 1965 un objectif de 70% (niveau difficile à atteindre, spécialement au titre des zones rurales pour lesquelles l'éloignement du lycée ou du collège constitue un handicap sérieux).

Le but final de cette élévation du nombre des enfants qui entrent dans l'enseignement secondaire est de réaliser l'égalité des chances sur la ligne de départ. Mais pour être effective cette égalité doit être poussée jusqu'au bout. Or, une fois acquise la gratuité de l'enseignement public, d'autres obstacles s'élèvent pour les milieux modestes (prix des fournitures scolaires dans l'enseignement secondaire, coût de l'outillage dans le technique...). De plus, il faut compter avec le manque à gagner qu'entraîne la poursuite des études. Une fois de plus ce sont les enfants des familles nombreuses qui souffrent de la situation, la proportion de ceux d'entre eux qui poursuivent des études au-delà de la scolarisation obligatoire étant très inférieure à celle des enfants uniques.

Un tel système entraînant un gaspillage d'énergie intellectuelle, il est nécessaire d'envisager des remèdes particulièrement vigoureux. Non seulement les parents n'ayant que des revenus modestes doivent être intégralement défrayés de toutes les charges entraînées par la poursuite des études mais de plus, dans le cas où une telle solution s'impose, il faudrait envisager de verser aux parents une allocation compensatrice du manque à gagner subi de ce fait. Un tel concours devrait être réservé au cas des enfants bien doués dont les familles sont dans une situation difficile mais sous cette réserve le principe d'une telle allocation paraît légitime. Elle semble imposée par l'incapacité de réduire l'inégalité qui caractérise nos sociétés et d'en extirper la pauvreté.

[p. 555] Tant dans l'intérêt général que dans celui des individus, il faudrait en effet éviter que les enfants et plus tard les adolescents d'âge universitaire soient écartés des centres de la culture et de la connaissance par suite de la médiocrité des ressources de leurs parents. Et d'un autre côté, il est un niveau de privations que ceux-ci ne sauraient dépasser sans mettre en danger leur santé physique ou leur équilibre moral. L'enseignement représentant un aspect ou un stade de l'investissement humain, il est juste que la société appelée à bénéficier de

propre à la France. On aura une juste idée du gaspillage de talents qui s'effectue en Grande-Bretagne par la lecture de l'ouvrage de DOUGLAS (J.W.B.), *The home and the school*, Londres 1964.

l'intelligence et du travail de l'homme assume, toutes les fois où cela est nécessaire, le coût intégral de sa formation.

*
* *

Tels sont les trois premiers objectifs que l'on pourrait fixer à une politique tendant à améliorer profondément et durablement la situation des consommateurs modestes : amorcer une dissociation notable entre le niveau du revenu et l'accès au logement ; soustraire entièrement le besoin de santé aux servitudes de la solvabilité ; améliorer l'égalité des chances en déchargeant les familles à faibles ressources de la totalité des conséquences financières entraînées par la poursuite des études. On pourrait envisager sans difficulté majeure d'y joindre des mesures favorables aux enfants comme, par exemple, la fourniture d'un repas gratuit par jour à tous les élèves des écoles.

De telles mesures sont déjà partiellement réalisées en plusieurs pays européens. Il s'agirait donc davantage de consolider, de généraliser, de perfectionner des dispositifs existants que de susciter des innovations radicales. Le problème est simplement de savoir s'il serait possible de promouvoir la réalisation d'un tel programme par une mobilisation appropriée des consommateurs modestes ou, si l'on veut, en agissant au niveau de la consommation. Ainsi posé le problème revient à se demander s'il est concevable de modifier les rapports de consommation sans mettre en cause directement les rapports de production, c'est-à-dire de relancer la réforme sociale par le biais de la consommation. S'il est vrai que les nationalisations ont déçu les travailleurs dans la mesure où elles n'ont pas substantiellement altéré les rapports de subordination dans l'entreprise, de telles dispositions n'auraient-elles pas un effet contraire en lui garantissant des éléments tangibles de changement ?

*
* *

[p. 556] Plusieurs raisons, je l'ai dit, m'ont conduit progressivement à abandonner cette hypothèse. En premier lieu une analyse de l'impuissance des coopératives de consommation à modifier sensiblement l'environnement capitaliste : il est clair que la détention des principaux leviers de commande dans les secteurs industriels et financiers met la couche dominante en mesure de limiter les résultats de n'importe quelle expérience de ce type. D'un autre côté, l'exemple des pays scandinaves, et spécialement celui de la Suède, montre que l'extension du « sécurisme » ou du

« welfarisme » ne débouche pas nécessairement sur un souci de transformation du régime. Troisième obstacle enfin : bien qu'elles ne se réclament pas expressément d'un souci de redistribution des revenus, les mesures préconisées aboutiraient nécessairement à la réalisation de transferts de cet ordre.

En réalité, toute politique tendant à favoriser, de préférence aux autres catégories, les familles à revenus modestes implique une telle redistribution, celle-ci pouvant d'ailleurs être limitée à l'octroi aux intéressés d'une part préférentielle dans les fruits de l'expansion. Or l'expérience que nous avons acquise de ces politiques depuis la fin de la seconde guerre mondiale établit l'extrême difficulté de modifier de façon permanente la structure de la distribution des revenus dans la mesure où celle des rapports de production ne subit pas d'altération fondamentale. Là est évidemment la limite la plus sérieuse — limite probablement infranchissable — à une action en quelque sorte autonome au niveau de la consommation.

Le même raisonnement vaudrait à l'égard de toutes les réformes susceptibles d'entraîner des modifications analogues dans la répartition des revenus. Ainsi en irait-il d'un effort visant à procurer un allègement sensible du coût de la distribution-opération qu'il serait certainement possible de réaliser sans entraîner une baisse notable de la qualité des services rendus aux consommateurs. Si toutes les tentatives faites pour réduire le poids excessif et abusif des marges commerciales ont finalement échoué c'est parce que les autorités n'ont jamais mis en cause la composition même de l'appareil commercial et n'ont contesté que partiellement la nature des pratiques qui y ont cours. Si des résultats partiels et très fragmentaires ont pu être atteints (*discount houses*, expérience Leclerc, politique des rabais en certains domaines...) c'est justement parce que les auteurs de ces expériences ont refusé d'accepter le passage par les circuits commerciaux habituels ou le respect des normes imposées par les producteurs.

S'il est vrai que la modification des rapports de consommation au [p. 557] profit des familles modestes signifierait ou entraînerait un transfert de revenus, la réalisation d'une telle politique est strictement subordonnée à la surveillance des conditions permettant de faire aboutir des mesures redistributives et, ce qui est plus difficile, d'en assurer l'exécution fidèle. À cet égard le jugement d'A. Sauvy me paraît sans réplique : si l'on veut promouvoir une politique des revenus écrit-il « il faut changer le système même de la propriété et par suite du pouvoir que donne la propriété. Celui qui ne veut pas aller dans cette voie, qui ne veut pas la changer, qui ne veut pas travailler en profondeur, qui laisse le système en place est, au fond, un conservateur. Il obtiendra quelques concessions un jour ou l'autre mais c'est tout. Avec cette attitude, on ne modifiera pas profondément la répartition, pas plus qu'on l'a fait depuis 20, 40 ou 50 ans » ¹.

¹ In « Pas de politique des revenus sans réforme des structures » in *Cahiers du Centre d'Études Socialistes*, n^{os} 27 à 29, 15 avril-1^{er} juin 1963, pp. 37-50.

On peut avancer que les difficultés rencontrées pour assurer une redistribution directe des revenus joueraient finalement, avec la même force, à l'égard des formules tendant à la mise en œuvre de tels transferts sous une forme indirecte. Ce qui revient à admettre que la réforme des rapports de production conditionne en définitive la modification des rapports de consommation. Autrement dit, il ne semble pas réaliste d'admettre que l'on puisse modifier sérieusement ceux-ci — notamment par une ré-orientation des forces productives qui tiennent compte des besoins essentiels des couches modestes — sans avoir réalisé au préalable la transformation du cadre global dans lequel s'inscrit le phénomène de consommation.

*
* *

Parmi les obstacles susceptibles d'affecter une politique de la consommation figurent les problèmes et revendications agricoles. Il est désormais fréquent, nous l'avons vu à propos de la politique agricole commune, que les organisations de consommateurs, sans mettre en cause la nécessité d'une politique agricole, déclarent contraires à l'intérêt de leurs membres les mesures prises ou envisagées par les autorités en faveur des paysans. Sur la base de ces protestations, doit-on admettre que les intérêts des agriculteurs ne sont pas conciliables avec ceux des consommateurs de produits de la terre ? À condition que les consommateurs admettent que l'activité agricole sous toutes ses formes doit valoir à ceux qui s'y adonnent une juste rémunération, je ne crois pas à l'existence d'une telle incompatibilité.

Le principal grief des consommateurs en ce domaine est la hausse du prix des produits alimentaires. À première vue le reproche perd de [p. 558] sa force si l'on considère le déclin de la part relative de la nourriture dans les budgets familiaux et le retard sensible du niveau de vie des paysans sur celui des travailleurs urbains. Cependant, au niveau des familles à revenus modestes de telles augmentations sont durement ressenties et entraînent parfois des privations.

Selon l'I.N.S.E.E. la hausse de 10,7% enregistrée pour l'indice des 250 articles de juin 1961 à janvier 1963 serait due pour plus de la moitié (52,4%) au marché des produits alimentaires — une partie de cette hausse (26,3%) étant imputable à une raréfaction de l'offre due à de mauvaises récoltes de légumes et de pommes de terre, l'autre partie (26,1%) résultant à la fois de mauvaises conditions climatiques et des mesures prises par le gouvernement pour soutenir les cours à la production. Toujours d'après l'Institut, l'évolution des prix au cours de ces semestres aurait été caractérisée par l'enchaînement suivant : hausse des prix alimentaires, hausse des salaires, hausse des prix des services.

Les organisations de consommateurs sont certainement fondées à étudier et à critiquer les hausses des prix agricoles — la même vigilance devant s'exercer, ce qui n'est pas toujours le cas, à l'égard des autres biens et singulièrement des services. Ceci étant acquis, ces groupes ne doivent pas perdre de vue deux points essentiels. En agriculture le progrès technique n'est pas parvenu à supprimer la part qui reste considérable du facteur climatique et biologique : les conceptions valables en matière de prix de revient industriel ne sont qu'imparfaitement applicables au domaine agricole. D'un autre côté entre la ferme et le marché s'inscrit souvent une chaîne d'intermédiaires dont la rémunération n'est pas toujours justifiée par l'importance et la qualité du service rendu : aux activités traditionnelles de commerce et de transport s'ajoute désormais, en de nombreux cas, une élaboration industrielle fort lucrative. Or, en critiquant le niveau des produits alimentaires, les consommateurs ont tendance à oublier le rôle de ces facteurs.

Op peut admettre qu'une révision profonde des circuits de distribution, accompagnée d'un effort d'organisation systématique des producteurs agricoles — l'une et l'autre de ces démarches s'effectuant en dehors du souci de protéger les situations acquises — permettrait d'améliorer le revenu paysan sans imposer des charges nouvelles aux consommateurs. Il est indispensable que les activités de la terre fassent l'objet d'une plus grande rationalisation, ce qui implique, inéluctablement, une réduction du nombre des paysans et un agrandissement de la dimension moyenne des domaines. Mais il faut éviter — et les groupes de consommateurs n'ont pas toujours conscience de cette exigence élémentaire — que la [p. 559] fabrication ou la manipulation de potages en sachet rapporte bien davantage que la culture des céréales ou des légumes.

Actuellement la règle du jeu capitaliste aboutit à enrichir tous ceux qui manipulent les produits de la terre ou en trafiquent. Beaucoup déclarent inconcevable que les bénéficiaires de ces revenus acceptent, selon l'expression d'H. Muller de « faire leur nuit du 4 août » ¹ en transférant aux paysans une partie des revenus ainsi acquis. Il est effectivement possible que la pression conjuguée des milieux commerciaux et industriels soit assez forte pour bloquer toute tentative de ce genre. S'il en va ainsi, il faut dire que dans le cadre des structures socio-économiques présentes, il n'y a pas de véritable solution au problème des rapports entre les paysans et les consommateurs de produits de la terre.

En définitive, consommateurs et paysans se heurtent au même obstacle : la présence d'un lourd appareil de transformation et de distribution qui, animé par le souci de maximiser ses prélèvements monétaires, exerce une pression sur les deux extrémités de la chaîne producteur-consommateur. L'agriculture a été et demeure la victime d'un système économique qui accorde la primauté aux détenteurs de la plus

¹ In *L'Annonneur Français*, août-septembre 1963, p. 1.

grande puissance financière (les tentatives actuelles d'intégration de l'agriculture par l'industrie risquant, si l'on n'y met bon ordre de renforcer cette domination).

Le cas de l'agriculture illustre la difficulté de défendre les consommateurs modestes dans les structures socio-économiques de l'économie de marché. À partir du moment où l'on admet que ces structures ne sont pas intangibles, l'hypothèse d'une défense commune des paysans et des consommateurs contre le capital monopoliste ne semble plus utopique. L'une des conditions d'un tel rétablissement serait que les organisations paysannes cessent d'être dominées, comme c'est souvent le cas, par des hommes ayant partie liée avec les intérêts capitalistes. Si par contre l'on postule le maintien de ces structures, les actions susceptibles d'être engagées ne dépasseront pas le stade des palliatifs : ainsi les ventes directes aux consommateurs que certains producteurs agricoles tentent périodiquement de réaliser dans les grandes villes et spécialement à Paris.

*
* * *

En définitive, deux voies sont ouvertes pour exercer une action en faveur de la consommation dans les sociétés capitalistes. La première qu'empruntent les associations ordinaires de consommateurs consiste à agir dans le cadre du système en vue de supprimer ou de réduire le [p. 560] maximum d'abus et de tirer le maximum d'avantages. Ces démarches se situent de préférence au niveau de l'emploi et non de la formation du revenu. Dans les cas assez rares où ces interventions portent sur les structures de production, leur inspiration est généralement d'assurer le respect de la concurrence (appui à la politique anti-monopoliste). Mentionnons aussi l'activité des groupements familiaux qui s'efforcent d'assurer aux familles, et spécialement aux familles nombreuses, des ressources proportionnées à leurs besoins. Utiles, et à beaucoup d'égards indispensables, ces interventions, dont il faut souhaiter la multiplication et la consolidation, sont cependant de portée limitée.

Admettons que l'on veuille aller plus loin en vue d'organiser l'économie sur la base des besoins authentiques que ne satisfait pas ou que satisfait mal la prise en considération de la demande solvable. Une telle réforme est liée à la réalisation d'une transformation substantielle des structures sociales de la production qui commande la structure de la distribution des revenus. La modification des rapports de production constituant la condition préalable d'une mutation dans les rapports de consommation, le combat pour cette mutation se confond avec la lutte pour cette modification. Finalement, c'est sur l'activité des partis ouvriers et des syndicats de travailleurs que repose la possibilité d'une action efficace au profit des consommateurs modestes, c'est-à-dire avant tout d'une ré-orientation de l'appareil de production en faveur des besoins essentiels. Dès lors, le problème revient à ajouter la dimension ou nuance « consommation » aux efforts entrepris pour assurer la réforme sociale.

Cette adjonction ne saurait être considérée comme une clause de style ou une précaution superflue. Les nécessités de la lutte syndicale et aussi la pente même du régime capitaliste conduisent les organisations responsables à mettre au premier plan de leurs préoccupations la défense de l'homme-travailleur. Or si les intérêts de celui-ci se confondent en une large mesure avec ceux de l'homme-consommateur (le bien-être du second dépendant avant tout autre facteur du montant des ressources acquises par le premier) il n'en va pas nécessairement ainsi dans tous les cas et pour tous les problèmes. D'où l'éventualité de contradiction entre la protection du travailleur et celle du consommateur dont il ne faut ni ignorer l'existence ni sous-estimer la portée.

Choisissons un cas extrême pour bien illustrer ce genre de situation : la lutte contre une consommation nuisible (tabac), ou le refus de soutenir par un concours public une activité en décadence dont les produits ne conviennent plus à la clientèle, sont susceptibles de provoquer du chômage et d'entraîner une dégradation professionnelle pour certains [p. 561] travailleurs. La société capitaliste étant ce qu'elle est l'on ne saurait sérieusement reprocher à ceux-ci de marquer peu de sympathie vis-à-vis des mesures susceptibles de les frapper, même si elles sont conformes à l'intérêt des consommateurs. J'ai déjà évoqué dans un précédent chapitre un cas plus général d'opposition : la tendance des syndicats à exiger le maximum des gains de productivité, ce qui compromet la possibilité d'une baisse du prix favorable à la totalité des acheteurs.

Inévitables et difficiles à résoudre dans un système d'économie de marché, ces contradictions perdraient probablement de leur gravité sous un régime reposant sur la mise en œuvre d'autres forces régulatrices que la recherche du profit privé. Et surtout, sous un tel régime, les travailleurs se confondraient plus étroitement avec les consommateurs que ce n'est le cas aujourd'hui. Cependant, des différenciations sensibles entre les intérêts des deux catégories sont susceptibles de persister, surtout au niveau de l'action immédiate. Dans ces conditions il est particulièrement souhaitable que les syndicats, dans leurs démarches présentes et dans leurs plans d'avenir s'habituent à donner au facteur « consommation » une plus grande importance que ce n'est actuellement le cas.

En définitive, sans négliger ce fait que des résultats significatifs (ainsi au titre du logement ou de la santé) puissent être obtenus par une action directe au profit des consommateurs, la modification des rapports de consommation dépend du destin de la lutte sociale. Mais justement l'avènement de la consommation de masse n'a-t-il pas pour conséquence d'amoindrir jusqu'à l'annuler complètement, le souci de poursuivre une telle lutte ?

[p. 562]

CHAPITRE XVII

LE CITOYEN DE L'OPULENCE

[Retour à la table des matières](#)

PARTONS d'une affirmation de P. Drucker qui situe bien le problème¹ : « la révolution mondiale de notre temps, nous dit Drucker, est « made in U.S.A. ». Ce n'est pas le communisme, le fascisme, le nouveau nationalisme des peuples non-occidentaux ou n'importe lequel des « ismes » qui apparaissent dans les titres des journaux. Ce sont là des réactions à l'ébranlement fondamental, de type secondaire plutôt que primaire. Le vrai principe révolutionnaire est l'idée de la *mass-production*. Aucun des événements que nous rapporte l'histoire de l'homme n'égale en vitesse, en universalité et en portée la transformation que ce principe a introduit dans les fondements de la société durant la courte période de quarante ans nous séparant du lancement par Henry Ford de son modèle T ».

Drucker, qui s'inspire lui-même des idées développées quelques années auparavant par Elton Mayo², apparaît ainsi comme l'une des principales sources du courant qui met en avant les notions d'« ordre industriel », de « société industrielle », de « civilisation industrielle ». À une époque récente, ces notions ont fait l'objet d'une assez large vulgarisation en France comme en témoigne l'ouvrage de J. Fourastié et A. Laleuf *Révolution à l'Ouest*³ : selon ces auteurs, les États-Unis ont connu une révolution non sanglante tenant « à un accroissement de la

¹ In *The new Society*, The anatomy of the industrial order, New York 1949, p. 1.

² In *The human problems of an industrial civilisation*, New York 1933, et *The social, problems of an industrial civilisation*, Cambridge (Mass.) 1945.

³ Paris 1957. Selon FOURASTIÉ et LABEUF, « les facteurs prépondérants de toute civilisation ne sont pas comme on l'a cru longtemps, les facteurs juridiques ou politiques : le régime de propriété, les « rapports de production », la domination militaire ou policière, mais les *techniques de production* ; ... par l'intermédiaire du niveau de vie, le progrès technique transforme le genre de vie, puis l'ensemble des facteurs qui forment la civilisation » (p. 9).

productivité et à une redistribution des revenus qui ont entraîné une augmentation du niveau de vie de l'ensemble de la population sans équivalent nulle part ailleurs dans le monde » (p. 206). C'est ce « tournant radical » pris aux États-Unis dès les années 1930 et en France à partir des années 1950 qui constitue la véritable révolution de notre temps.

[p. 563] Le trait essentiel de la nouvelle société, d'après Mayo et Drucker, est la coopération des individus et des groupes en vue de la réalisation d'un travail commun. Cette collaboration implique un système d'organisation que caractérise un rapport équilibré entre les différentes parties en présence. Une telle société n'engendre pas de tensions ou disputes qui ne puissent être résolues en son sein sur la base de l'intérêt commun qui unit tous les participants à l'activité industrielle. Des conflits se manifestent certes mais il est facile de les éliminer par un agencement intelligent des relations humaines tenant compte des aspirations et préoccupations de chaque groupe. En d'autres termes, sous un tel ordre — bien différent du capitalisme avant la survenance de la production en masse — les barrières et rivalités de classes, au sens traditionnel de l'expression, cessent d'avoir une signification et disparaissent complètement.

Le fondement intellectuel de ces conceptions repose sur une vision de la société comme « système de coopération », le refus de s'associer à l'œuvre commune étant dès lors interprété comme une déviation psychologique. Sur cette base, l'adhésion à un parti progressiste est présentée comme le résultat d'une propension névrotique. Le propos de cet ouvrage exclut une discussion critique de ces thèses qui constituent une simple pré-supposition absolument extérieure à l'analyse de la réalité sociale. Il me semble par contre intéressant d'examiner si cet élément dérivé de la production en masse qu'est la *mass consumption* a pour résultat de modifier le fonctionnement des sociétés politiques dans le sens d'un apaisement des luttes sociales et du renforcement du consensus. De la réponse à cette question dépendent la dimension et l'intensité du combat susceptible d'être mené pour redresser les dommages subis par les consommateurs dans les sociétés capitalistes.

I. CONSOMMATION DE MASSE ET ATTITUDES POLITIQUES

[Retour à la table des matières](#)

Sans présenter ici un tableau exhaustif des positions prises en ce domaine, je voudrais mentionner quelques aspects significatifs du courant selon lequel le développement croissant de la masse des biens consommables serait susceptible de réduire, voire d'annuler les divisions sociales et, par là, de réduire les luttes politiques à de simples débats sur l'établissement d'une organisation technique optimale des rapports [p. 564] socio-économiques. La plupart des notions

actuellement avancées en Europe sur ces thèmes trouvent leur origine dans la sociologie américaine dont je voudrais présenter quelques œuvres significatives. Nous verrons ensuite l'usage fait de ces idées pour interpréter les situations qui s'observent hors des États-Unis.

1. Abondance et caractère national.

[Retour à la table des matières](#)

Je mentionnerai d'abord la thèse de David M. Potter selon lequel l'abondance a façonné le caractère américain ¹ : sans entrer dans les implications théoriques de ce travail (relations entre l'histoire et les *behavioral sciences*) voici quelques-uns des cheminements intellectuels par lesquels Potter expose et justifie son point de vue.

L'un des points centraux de la démonstration est le rôle joué par l'abondance dans la formation et la consolidation de l'idéal américain de l'égalité — idéal dont la mise en pratique a été rendue possible par la quantité d'occasions favorables (*opportunities*) qu'offrait au génie inventif de ses habitants un territoire aussi vaste que riche. À vrai dire, note Potter, le terme « égalité » a un sens quelque peu différent dans l'expérience européenne et américaine. En revendiquant l'égalité, l'Européen exprime le souhait, que les hommes occupent des positions analogues en puissance, en richesse, en prestige : l'Américain, au contraire, interprète cette notion comme l'égalisation des chances de départ, c'est-à-dire comme la garantie à chacun de la possibilité de s'élever sur l'échelle sociale même si celui-ci comporte de nombreux niveaux.

Selon Potter, les États-Unis ont bénéficié d'un plus grand degré d'égalité et de mobilité sociales que n'importe quelle autre société développée. L'abondance des ressources y a rendu nécessaire d'accepter le défi (*challenge*) de la mobilité, tant géographique ou horizontale que verticale, l'esprit même du système permettant à l'individu de triompher des obstacles à l'ascension plus facilement et plus rapidement qu'ailleurs. Certes l'idée que la société américaine est une société sans classe représente une illusion mais dans le passé le degré de mobilité sociale a été assez grand pour assurer le maintien de cette illusion. Aujourd'hui la mobilité s'est quelque peu réduite et les Américains ont de plus en plus conscience de l'existence de barrières sociales invisibles. Cependant le sentiment persiste que ces barrières constituent une violation des idéaux nationaux et dès lors leur simple perception est susceptible d'affaiblir le moral du public.

[p. 565] Faisant sienne l'idée que le comportement de l'homme est fortement influencé par les facteurs qui ont marqué ses toutes premières années — les éléments de l'expérience culturelle intervenant à cet égard au même titre que les

¹ *People of plenty*, Economic abundance and the American character, Chicago 1954.

rapports entre parents et enfants — Potter s'efforce d'établir que l'abondance et les circonstances qui en découlent influencent profondément les traitements auxquels l'enfant est soumis dès sa naissance. L'abondance a tout d'abord révolutionné le monde de nourriture du nouveau-né — le sein de la mère étant remplacé par l'utilisation de produits élaborés avec beaucoup de soin. Elle a transformé aussi ses conditions de logement, l'accroissement des ressources en ce domaine permettant de lui affecter une chambre séparée de celle de ses parents. L'abondance a modifié aussi le type d'habillement du jeune enfant, l'emmaillotage n'étant plus nécessaire, par suite du chauffage de l'appartement, pour maintenir son corps à la température voulue. En grandissant, l'enfant, par suite des facilités qu'offre le confort moderne, dispose pour faire sa toilette de beaucoup plus d'autonomie que par le passé.

Les parents demeurent certes les figures centrales de l'univers du jeune enfant américain, mais, en facilitant l'abaissement de l'âge moyen du mariage, l'abondance lui permet d'avoir des parents sensiblement plus jeunes que par le passé. Les chances qu'a l'enfant d'être élevé par ses propres parents en sont accrues d'autant (la multiplication des cas de divorce ayant toutefois une influence opposée). En allongeant le temps libre du père et en provoquant le déclin du service domestique l'abondance contribue à rapprocher l'enfant des parents. La disparition des domestiques même dans les milieux aisés diminue chez l'enfant né dans ces milieux le sentiment de supériorité sociale que provoquait l'existence d'une domesticité à son service.

Plus généralement encore l'abondance a transformé le style même de l'éducation des enfants. Dans la société de jadis l'autoritarisme qui caractérisait les rapports humains se retrouvait au niveau des relations entre parents et enfants. La transformation des premiers dans un sens beaucoup plus libéral a provoqué l'apparition d'un système d'éducation, que ce soit dans la famille ou à l'école, bien plus tolérant. Ce facteur, et tous ceux précédemment mentionnés, ne sauraient manquer d'influer profondément sur le caractère américain.

Laissant de côté la valeur technique de cette démonstration qui me paraît affectée de beaucoup de faiblesses et de naïvetés, je voudrais simplement dire quelques mots de sa signification sociale. Un point est frappant : l'absence totale d'esprit critique de l'auteur à l'égard des [p. 566] phénomènes qu'il décrit. En contraste marqué avec l'œuvre de sociologues de ce pays ¹, le livre de D. Potter est simplement un hymne à la grandeur et à la perfection de la civilisation américaine : apparemment celui-ci ne se rend pas compte que la portée de son discours est fortement altérée par l'existence, même en 1963, de larges zones géographiques et sociales de pauvreté. Par ailleurs il ne lui vient pas à l'idée que d'autres

¹ Voir par exemple LERNER (M.), *La civilisation américaine*, traduit de l'américain, Paris 1961. Voir aussi WARNER (W.L.), *American life, Dream and reality*, revised edition, The University of Chicago Press 1962 (d'après l'enquête bien connue de Yankee City).

interprétations de ce système pourraient être proposées, même si l'analyse devait conduire à les rejeter (ainsi le conformisme soigneusement entretenu par les couches dominantes en vue d'assurer le maintien du consensus).

Qu'il y ait un large consensus américain à l'égard de l'ordre social existant n'est pas niable. Que cette attitude comporte du respect vis-à-vis de l'argent, tenu pour un facteur essentiel de la valeur et du statut de l'individu, n'est pas non plus contestable ¹. On ne saurait exclure que cette docilité soit au moins pour partie le résultat de conditionnement dans la réalisation duquel des travaux comme celui de D. Potter jouent un rôle qui n'est pas absolument négligeable. Il est vrai aussi qu'une certaine abondance — due à un prélèvement gigantesque sur les ressources en matières premières des États-Unis et aussi d'autres pays — n'est pas étrangère à cette propension.

2. Abondance et élimination des conflits.

[Retour à la table des matières](#)

Étudiant les conditions favorables à une solution pacifique des conflits sociaux, Robert A. Dahl formule en particulier la proposition suivante : « plus grand est le « surplus » économique dont dispose une société au-delà de ce que nécessitent les besoins de subsistance et plus grande est la probabilité d'un ajustement pacifique. À l'inverse, plus important est le « déficit » et plus probable est la nécessité d'un recours à la coercition » ². Certes la notion de « subsistance » varie selon l'état des perfectionnements technologiques et du développement économique : elle ne saurait dès lors s'apprécier que par rapport à une société déterminée. Le raisonnement justifiant cette proposition est simple : l'existence d'un surplus facilite le règlement des disputes en augmentant le nombre des situations de conflit auxquelles il est possible de trouver des solutions profitables aux deux parties en présence.

C'est là, comme le montre l'exemple de Galbraith, l'un des arguments les plus souvent utilisés à la fois pour expliquer la diminution de l'intensité des conflits sociaux dans les sociétés capitalistes les plus évoluées [p. 567] et pour susciter chez les travailleurs une préférence en faveur des solutions négociées (conciliation, médiation, arbitrage...). On connaît trop l'image du gâteau pour qu'il soit utile d'en expliquer à nouveau l'intention : disons simplement que toutes choses égales, l'accroissement de la masse à distribuer en facilite le partage. Une telle observation constitue en somme le fondement de toutes les politiques dites d'intéressement des travailleurs aux résultats de l'entreprise.

¹ Voir : GORER (G.), *Les Américains*, Paris 1949, chapitre VII.

² In *Modern political analysis*, Englewood Cliffs (N.J.) 1963, p. 79.

Selon Dahl un tel mécanisme ne serait d'ailleurs pas sans danger pour l'ordre social, les déceptions provoquées par l'arrêt d'une longue période de prospérité durant laquelle les hommes ont pris l'habitude d'un niveau de vie en hausse continue étant susceptible d'engendrer des troubles révolutionnaires. Mais voulant donner des preuves de ce mécanisme, il cite la révolution nassérienne de 1952, ce qui est déjà assez surprenant et, ce qui est étrange, la révolution russe de 1917.

L'un des objectifs essentiels de R. Dahl est de démontrer la fausseté des idées marxistes. Or, à l'instar de plusieurs autres théoriciens qui témoignent du même propos, il fait siens des schémas d'interprétation d'un « économisme » sommaire dont aucun marxiste authentique n'accepterait aujourd'hui de se satisfaire. La démarche se ramène à un essai de réfutation du marxisme de notre temps à l'aide d'une explication économique de style primaire.

Un exemple fort simple prive de cohérence le mode de raisonnement de R. Dahl : le fait que les millions de travailleurs sans emploi et de paysans ruinés des années 1930, au lieu de se contenter des remèdes expérimentaux et souvent maladroits de F.D. Roosevelt n'aient pas renversé le régime capitaliste américain responsable de leur grande misère. En réalité les révolutions ont d'autres ressorts que le coup d'arrêt porté par un déclin économique à une espérance croissante d'amélioration du niveau de vie. Ou si l'on préfère la classe dominante a bien d'autres moyens d'assurer la sauvegarde de l'ordre existant que de garantir aux couches dominées une élévation continue de ses standards d'existence. Il est arrivé, en divers pays, qu'un large mécontentement des classes défavorisées trouvant son origine dans une dépression aigue de l'économie vaille des difficultés graves aux hommes politiques en place ou provoque même le renversement du régime : mais de tels mouvements aboutissaient seulement à changer le décor gouvernemental sans altérer le mode de distribution du pouvoir économique et la structure des rapports de production.

L'erreur majeure de R. Dahl est de limiter l'influence des phénomènes économiques aux évolutions de la conjoncture sans prendre en considération la position structurelle des parties en présence et les conséquences qui en résultent sur le déroulement de la politique. Mais c'est là une attitude dont il n'a pas l'exclusivité.

3. Abondance et démocratie.

[Retour à la table des matières](#)

Je voudrais examiner les positions prises à cet égard par un sociologue américain, Seymour Martin Lipset dans un ouvrage récemment présenté au public français¹. Bien que l'argumentation soit conduite sous un titre plus général « Démocratie et développement économique » une bonne partie des exemples choisis pour appuyer la démonstration relève du secteur de la consommation. Il est donc légitime d'en traiter dans le cadre d'une analyse de l'influence de ce secteur sur la vie politique.

Lipset part d'une définition de la démocratie d'apparence ouverte qui se fonde sur deux critères : l'existence d'un système de renouvellement légal du personnel dirigeant et la présence d'un mécanisme social de participation d'une « très grande partie de la population » aux décisions importantes à travers ou par l'intermédiaire de la sélection des dirigeants responsables. Cette définition suppose implicitement ou, en tout cas, laisse supposer que les divers groupes sociaux ont un égal accès aux centres de pouvoir. Dans la mesure où l'observation sociologique tend finalement à montrer qu'il n'en va pas ainsi et établit que tout régime de représentation comporte une part de mystification, la distribution que fait Lipset des régimes contemporains en des catégories comme « démocraties » et « dictatures » traduit nécessairement des préférences subjectives.

Sur cette base en tout cas Lipset répartit les pays de langue anglaise et les pays d'Europe en deux grandes catégories composées selon un double principe de distribution : le fonctionnement sans interruption d'un régime démocratique (selon les idées de Lipset bien entendu) depuis la première guerre mondiale et le fait qu'au cours de ces vingt cinq dernières années, aucun parti opposé à la légalité démocratique n'ait pu acquérir une large audience dans le pays considéré. L'application de ces critères donne le résultat suivant :

- démocraties stables : Australie, Belgique, Canada, Danemark, États-Unis, Hollande, Luxembourg, Irlande, Norvège, Nouvelle-Zélande, Royaume-Uni, Suède, Suisse ;
[p. 569]
- démocraties instables et dictatures : Albanie, Allemagne, Autriche, Bulgarie, Espagne, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Islande, Italie, Pologne, Portugal, Roumanie, Tchécoslovaquie, U.R.S.S., Yougoslavie.

¹ *L'homme et la politique*, traduit de l'américain, Paris 1963, spécialement chapitre II.

Le fondement de cette étrange répartition est le suivant : « plus le niveau de vie d'ensemble d'une nation se trouve élevé, plus grandes sont les chances que s'instaure un régime démocratique » (p. 62). Pour établir la valeur de cette norme Lipset utilise plusieurs indices : indices de richesse (revenu par personne, nombre de véhicules à moteur, de médecins, de téléphones, de postes de radio, tirage des journaux); indices d'industrialisation (% de la population active agricole, consommation d'énergie par tête); indices de l'éducation (% des personnes instruites...). Nous verrons, écrit-il, que « dans chaque cas la richesse moyenne, le degré d'industrialisation ou de développement urbain et le niveau d'éducation sont beaucoup plus élevés dans les pays démocratiques » (c'est-à-dire les pays de « démocratie stable »). Malheureusement les tableaux présentés à l'appui de ces affirmations ne fournissent que des moyennes par catégories et non les chiffres relatifs à chaque pays.

Acceptons ces critères à titre provisoire pour raisonner sur un cas tout de même important : celui de l'Allemagne successivement démocratie instable (1919-1932), puis dictature (1932-1945) mais aussi, depuis lors, démocratie stable. Ce pays qui a donné au monde quelques-uns de ses plus grands penseurs est en même temps l'une des zones les plus fortement industrialisées (comme le montre la course américano-soviétique en 1945 pour s'emparer de ses découvertes). Gageons que sa part dans l'établissement des chiffres moyens relatifs aux démocraties instables et dictatures a été un peu plus grande que celle de l'Albanie auprès de laquelle ce pays est rangé. Et pour raisonner en terme de richesse, de développement industriel et d'éducation, il semble difficile d'établir une séparation effective entre l'Allemagne d'une part, la Belgique et la Hollande de l'autre. En réalité il y a bien plus de choses dans l'expérience historique et politique des pays européens que l'économisme rudimentaire de S.M. Lipset ne parvient à le supposer.

Soit le cas de la France : elle aussi classée dans la catégorie des « démocraties instables et dictatures ». Il est, peu contestable qu'en façade et en surface le pays a témoigné d'une considérable instabilité. Et pourtant nombreux sont les auteurs qui l'étudiant y ont vu l'exemple parfait d'une nation figée dans la conservation de formes immuables et atteinte d'immobilisme. Faisons à ce propos un compte rapide des avatars subis par la France depuis 1914 : la terrible saignée de la première guerre mondiale ; une profonde dépression économique et démo-[p. 570] graphique allant jusqu'à la perte de tout élan vital ; l'effondrement de mai 1940 ; le drame de la décolonisation : guerres d'Indochine et plus encore d'Algérie... Or, ce pays est finalement parvenu à absorber tous ces drames sans que sa stabilité sociale soit soumise à des mouvements sérieux de ruptures ou de désagrégation. Et dès lors que penser d'un système intellectuel qui le range aux côtés de l'Espagne dont l'histoire durant la même période a tout de même suivi un autre cours.

Au surplus, Lipset tend à confondre démocratie et conformisme. Que, sous tous les régimes, un certain conformisme à l'égard de l'ordre existant soit nécessaire à la

stabilité des formes en vigueur reste peu contestable : si, spécialement chez les couches défavorisées un tel conformisme manque ou vient à s'écrouler, la voie est ouverte aux transformations ou aux oscillations. Mais, sauf par inclination idéologique, l'alignement de la masse des citoyens sur les idéaux et aspirations de la couche dominante ne saurait être assimilé à la démocratie.

L'une des tâches essentielles de la science politique est de déterminer les techniques et les moyens d'établissement de ce conformisme. Et ici je retrouve le propos fondamental de ce livre dans la mesure où beaucoup avancent aujourd'hui que la consommation de masse, par les jouissances qu'elle crée et les aliénations qu'elle suscite, tend à assurer sinon le ralliement des masses au régime capitaliste et aux formes politiques qui l'accompagnent, du moins un état de résignation des citoyens aux abus et injustices d'un système que leur procure les véhicules à moteurs et postes de télévision.

Tel est en tout cas le point de vue de ceux qui proclament ou pronostiquent la survivance d'une « mutation » dans les régimes politiques européens, c'est-à-dire leur marche vers la formule des « démocraties stables ».

4. Abondance et mutation des régimes européens.

[Retour à la table des matières](#)

Si l'on en croit les commentateurs les plus hardis, la classe ouvrière, en tant que groupe social ayant un genre de vie et de comportement particuliers, serait en train de disparaître sous l'effet de l'opulence ou, si l'on préfère, tendrait à se fondre dans les classes moyennes. De qualitatives les différences entre cette classe et le reste de la société seraient devenues simplement quantitatives : dès lors, bien qu'encore très importantes en plusieurs cas, ces différences ne constitueraient plus des barrières et seraient impuissantes à fonder une stratification sociale. [p. 571] Conséquence de cette situation nouvelle due à l'expansion de la consommation de masse : le fait que les ouvriers sont exclus de l'accès à la propriété des biens de production serait en train de perdre toute importance.

Cette vue, présentée d'une manière ou d'une autre, est désormais l'un des thèmes essentiels de la propagande conservatrice : elle consiste à affirmer qu'il est désormais possible de réaliser le progrès social et d'améliorer le niveau de vie des travailleurs sans modifier de façon radicale la structure sociale. Une telle conception est certes fort sympathique aux couches dominantes mais on aurait tort de croire pour autant qu'elle n'exerce aucun écho chez les masses ouvrières. Dans un pays comme la France, les réformes de structure sans être expressément rejetées par la gauche de l'opinion ne suscitent plus guère chez celle-ci qu'une acceptation de commande. On n'élève contre elle aucune objection de principe mais l'enthousiasme fait défaut : les programmes continuent de leur faire une place mais,

en l'état présent des choses, il est douteux que le combat pour les réaliser soit mené avec beaucoup d'ardeur.

En elles-mêmes pourtant les nationalisations de la période 1945-46 n'ont pas été un échec : elles ont soustrait de manière définitive aux capitalistes privés un pouvoir qu'aucun autre groupe que la nation toute entière n'a le droit de revendiquer. Il est vrai que par des artifices et stratagèmes divers le capitalisme est parvenu à récupérer une large partie du terrain perdu. Il est vrai surtout que ces opérations n'ont pas entraîné une redistribution des revenus au profit des travailleurs. Si l'on raisonne en terme de consommation, les grandes firmes privées apportent à leur personnel autant et parfois davantage de bien-être matériel que les exploitations publiques — le gouvernement en phase inflationniste étant mieux placé pour stopper la hausse compensatrice des salaires dans les secondes que dans les premières. On sait que désormais les rémunérations publiques et semi-publiques sont souvent en retard sur les salaires privés.

Il est évident que si l'idéal de la vie sociale consiste dans la *mass-consumption* à l'américaine, le problème de la socialisation du pouvoir économique perd beaucoup de son importance. Une telle mutation est-elle déjà réalisée ou en voie d'accomplissement dans les groupes ou milieux socialistes ?

Voyons par exemple le cas de l'Allemagne. J'ai déjà signalé les commentaires relatifs aux effets de la consommation de masse sur les attitudes à l'égard du travail. Mais le mouvement a des conséquences plus larges sur les relations sociales et politiques. Observons par exemple le [p. 572] destin de la loi du 11 octobre 1952 relative à la création de conseils d'entreprise dotés d'amples pouvoirs en matière sociale et dans les questions de personnel — les chefs d'entreprise ayant toutefois obtenu à cette époque le maintien du droit de régler par eux-mêmes, et à l'exclusion des salariés, la presque totalité des questions économiques. Selon des enquêtes récentes, il semble que les travailleurs n'attachent pas en moyenne une grande importance à l'institution, beaucoup étant mal informés ou totalement ignorants du contenu du dispositif et de ses modalités.

Tout en déplorant cette apathie — qui permet aux patrons de s'en tenir à l'autocratie paternaliste traditionnelle — les leaders syndicaux se rendent compte que la base ne les suivrait pas s'ils tentaient de renforcer la faculté des travailleurs d'intervenir dans la politique sociale de l'entreprise. Le désir de ceux-ci est d'élever leur niveau de vie bien plus que d'obtenir la réalisation d'un *partnership* industriel. En somme le souhait d'un contrôle ouvrier destiné à réduire les abus d'influence et de pouvoir de dirigeants capitalistes laisse indifférente la plus large part du personnel.

Durant les dernières années, le parti socialiste a réalisé un certain nombre de gains électoraux mais ce mouvement, loin d'exprimer une évolution du corps électoral vers la gauche traduit au contraire une orientation du socialisme ouest-

allemand vers la droite. Le leader du parti W. Brandt qui, en cas de victoire socialiste aux prochaines élections générale occuperait le poste de chancelier — peut-être en collaboration avec les chrétiens-démocrates — s'efforce de populariser l'image d'un socialisme sans douleur et sans pleurs dont on discerne mal en définitive les points qui le distingueraient de l'actuelle formule d'économie sociale de marché chère à L. Erhard. Cette politique, qu'elle aboutisse ou non à valoir le premier rang aux socialistes, est en harmonie avec l'absence actuelle chez la grande majorité des travailleurs de tout esprit de lutte des classes — le travailleur allemand aspirant à une condition de style bourgeois et l'emploi du terme « communiste » pour désigner un homme constituant presque une insulte.

À première vue, la poussée du travaillisme britannique observée en 1962-63 (élections partielles et sondages d'opinion) paraît exprimer au contraire un certain souci de changement social. On a le sentiment que pour toute une partie des travailleurs, la survenance au cours des dernières années d'une certaine opulence à l'américaine n'a pas annihilé toute volonté de réforme sociale. En somme les désillusions entraînées par le passage du Labour ¹ au pouvoir ne semblent pas avoir converti [p. 573] les travailleurs à la protection de l'ordre existant. Et pourtant, en examinant attentivement les programmes des trois partis (conservateur, libéral, travailliste) on s'aperçoit que les objectifs déclarés (santé, logement, éducation, *planning...*) sont approximativement les mêmes, les divergences les plus sérieuses se situant au niveau des méthodes et techniques d'action propres à en assurer la réalisation.

En l'état actuel de l'opinion, les travaillistes ne peuvent aller trop loin vers la gauche mais les conservateurs ne sauraient se réclamer ouvertement d'un retour vers la droite : et ainsi voit-on le gouvernement au pouvoir s'efforcer de prendre dans le programme de l'opposition tout ce qui paraît susceptible de séduire les couches moyennes qui décideront de l'issue de la prochaine élection générale. Selon beaucoup de commentateurs, ce rejet mutuel de tout extrémisme trouverait sa raison d'être dans le développement et la consolidation de l'homogénéité nationale que facilite l'expansion de la *mass consumption*. Au total, le souci général d'une augmentation du bien-être conduirait les partis à mettre une sourdine sur leurs divisions idéologiques pour se présenter chacun comme l'instrument optimal de la prospérité.

Un point est frappant : la position des partis à l'égard de la science. Conservateurs et Travaillistes déclarent tous deux indispensable d'augmenter les crédits destinés à la recherche scientifique, d'encourager le perfectionnement de la technologie industrielle (l'un des moyens étant la signature de contrats entre l'État

¹ À propos desquelles on pourra lire l'ouvrage assez intéressant, encore que incomplet et un peu injuste vis-à-vis des socialistes de SISSONS (M.) et FRENCH (P.) ed., *Age of austerity* 1945-1951, Londres 1963.

et l'industrie), de faire un meilleur usage des connaissances disponibles. Certes les programmes avancés par les Travaillistes sont bien plus ambitieux que ceux proposés par les Conservateurs mais tout parti qui veut gagner le pouvoir est tenu de marquer plus d'ambition que celui qui le détient. Il y a aussi d'autres différences entre les deux conceptions du problème : les Travaillistes se préoccupent davantage que les Conservateurs du départ vers les États-Unis de nombreux chercheurs britanniques ; ils souhaitent qu'une fraction des profits réalisés grâce aux concours publics retourne à la communauté, les Conservateurs tâchant seulement de récupérer une part aussi large que possible des dépenses faites par le Trésor ; enfin les premiers se prononcent en faveur d'une certaine direction planifiée de l'activité scientifique que les seconds entendent se borner à aider.

Ces divergences ne sont nullement négligeables, mais il n'est pas certain que le public en saisisse toute la portée. Plus significatif me paraît à cet égard l'égale volonté des deux formations de se présenter aux électeurs comme les champions de la science, le développement de celle-ci passant désormais pour la condition nécessaire d'une vie meilleure.

[p. 574] Observons le cas de la Suède. Il y a plus de trente ans que les sociaux démocrates y sont au pouvoir. Aux dernières élections (1960) ils ont obtenu près de 48% des voix — leur position ayant été consolidée par un apport de voix en provenance des jeunes. Cependant bien qu'il dispose des leviers de commande nécessaires à cet effet, le gouvernement suédois ne fait pas une politique socialiste ayant abandonné la plus grande partie d'un tel programme (nationalisations, aménagement central de la vie économique...). Les socialistes se bornent à mener une politique sociale qui, malgré un certain penchant pour l'interventionnisme (contrôle du marché des capitaux, lourde taxation des revenus et imposition de la fortune...) reste d'esprit relativement libéral. Ici encore l'idée prévaut que, satisfaits dans l'ensemble de leur sort matériel, les travailleurs suédois ne souhaitent pas la réalisation de réformes de structure si même ils ne s'opposeraient pas à leur réalisation.

La situation actuelle de la France semble de prime abord plus difficile à interpréter. Cependant d'assez nombreux commentateurs français et étrangers n'hésitent pas à déclarer que ce pays est également en train de subir une mutation historique dont le succès de l'U.N.R. lors des élections des 18-25 novembre 1962 serait le signe tangible. Selon ces analystes le verdict émis en cette occasion par le corps électoral signifierait la fin du règne des partis traditionnels ou, si l'on préfère, la volonté d'adapter le gouvernement du pays aux exigences de la rénovation et de l'expansion économiques. Désormais la volonté d'élever le niveau de vie prédominerait sur le souci de l'engagement idéologique — l'accélération du progrès économique devant permettre de rattraper assez vite le niveau de vie actuel des États-Unis.

Encore que les enquêtes faites en ce domaine restent sujettes à caution, il semble qu'actuellement le nombre des Français ayant le sentiment que leur niveau de vie s'élève est en expansion. Cependant beaucoup continuent d'estimer que leurs ressources sont insuffisantes pour satisfaire leurs besoins personnels et familiaux. Récemment (novembre 1963) le secrétaire général de l'Action Catholique Ouvrière Française soulignait que l'acquisition par la classe ouvrière d'une partie des automobiles et des postes de télévision n'empêche nullement que l'exploitation des ouvriers reste une réalité et que les chances des enfants d'ouvriers d'entrer à l'Université demeurent cent fois moindres que celles des enfants de la bourgeoisie. Le monde ouvrier, disait-il, est toujours un monde frustré ¹.

Au total, bien que les voix discordantes y soient plus nombreuses qu'ailleurs, la France selon beaucoup de commentateurs subirait aujourd'hui [p. 575] d'importantes transformations socio-politiques qui conduisent à la « société de consommation ». Mais le monde capitaliste est-il désormais le seul à rencontrer de tels problèmes ?

5. Abondance et régimes communistes.

[Retour à la table des matières](#)

J'ai précédemment indiqué que les dirigeants soviétiques rejettent la notion d'abondance telle qu'elle s'affirme dans les pays occidentaux et spécialement aux États-Unis. On peut toutefois se demander si la politique de stimulation de l'industrie (et désormais aussi de l'agriculture) par l'octroi aux travailleurs de larges avantages matériels n'est pas susceptible de les conduire plus loin qu'ils ne le souhaiteraient, vu le principe du développement prioritaire des biens de production, sur la voie du développement de la consommation privée. M. Khrouchtchev lui-même n'a-t-il pas affirmé dans son inimitable langage que le marxisme prendrait plus d'attrait dès qu'il serait possible de le « beurrer » ?

C'est un fait que bien des citoyens des pays communistes en voyage ou en séjour dans les États capitalistes témoignent d'une inclination assez naïve à s'émerveiller de la quantité et de la variété des marchandises présentées dans un grand magasin ou dans un quelconque super-marché — attitude s'expliquant par les privations subies et les difficultés rencontrées dans les achats quotidiens. Et il arrive même que cette abondance de biens offerts à la consommation privée leur fasse oublier ou sous-estimer diverses insuffisances graves, moins apparentes il est vrai, dans l'ordre de la satisfaction des besoins collectifs. Périodiquement les journaux des pays communistes mettent en garde leurs lecteurs contre ce qu'ils appellent les aspects fallacieux, la tromperie du mode de vie occidental. Mais, manifestement, si forte est

¹ Pour une analyse théorique de certains aspects de ce problème voir : SAUVY (A.), LERIDON (F.), « Du calcul des revenus dans une population à la frustration sociale », *Population*, octobre-décembre 1961, pp. 605-624.

la séduction exercée par les *gadgets*, ces exhortations à l'esprit critique sont loin d'être toujours écoutées.

Si l'on en croit de nombreux commentateurs, le revirement actuel de la politique soviétique à l'égard de l'Occident et spécialement des États-Unis, s'expliquerait par le souci de dégager des ressources indispensables à une augmentation des biens de consommation. Incapables de réaliser celles-ci sans alléger les dépenses militaires et spatiales, les dirigeants soviétiques seraient portés à une plus grande modération. Toutes choses égales, les difficultés rencontrées par l'agriculture soviétique accroîtraient encore cette propension (diplomatie de la goulash).

En définitive, M. Khrouchtchev serait aujourd'hui le prisonnier de ses propres promesses : ayant depuis des années garanti aux Soviétiques [p. 576] qu'une augmentation rapide et importante de leur niveau de vie, il serait tenu aujourd'hui de leur donner satisfaction au moins de façon partielle. Le « Khrouchtchovisme » ne serait rien d'autre pour reprendre une expression du *Times* qu'un *consumers communism*. Et c'est seulement en adoptant cette perspective que l'on pourrait comprendre les difficultés et querelles qui affectent actuellement le monde communiste¹. Ainsi le régime communiste lui-même n'échapperait-il pas à la nécessité de renforcer le *consensus* par un développement de la consommation privée — situation qui constituerait en somme la démonstration *a contrario* de l'influence unifiante exercée par la consommation en masse sur les attitudes des citoyens.

Bien qu'assez cohérente, cette explication reste insuffisante. Certes l'Union Soviétique a passé avec le Canada et les États-Unis des marchés de livraison de blé qui ont entraîné une ponction sérieuse dans ses réserves d'or et de devises et ont renforcé d'autant les finances extérieures des pays vendeurs. Certes elle vient de mettre au point un très vaste programme d'expansion de l'industrie chimique qui doit permettre d'accroître au bout de quelques années la production de vivres et de produits de consommation. Mais, ceci admis, il me paraît douteux que l'unique motif de la politique soviétique actuelle soit de créer les conditions internationales qui permettraient un important transfert des ressources disponibles de l'industrie lourde à celle des biens de consommation. Il ne semble pas que dans l'état actuel du monde les dirigeants soviétiques soient prêts à retirer à la première les priorités

¹ Dans cette perspective des commentateurs soviétiques avancent que l'extrémisme chinois actuel serait la rançon de l'échec subi au titre de la politique du « grand bond en avant ». Selon cette vue, l'adoption de conduites intransigeantes et l'exaltation des valeurs nationales seraient la contrepartie de l'absence d'armoires frigorifiques ou des commodités de l'existence sur le marché chinois. Cette explication paraît bien sommaire mais elle présente l'intérêt de se rattacher à ce vaste courant qui, de plus en plus, entend lier les comportements politiques aux phénomènes de consommation. La même tendance s'observe aujourd'hui chez les hommes politiques de divers pays capitalistes (notamment Grande-Bretagne) quand ils déclarent préférer les communistes « gras » aux communistes « maigres ».

dont elle a joui jusqu'à présent. La politique dite de coexistence pacifique a tout de même un contenu plus riche et plus complexe.

Au surplus, si l'élévation du niveau de vie est à l'ordre du jour, ce souci ne constitue que l'un des trois impératifs définis par les autorités, les deux autres étant l'édification de la base technico-matérielle (accumulation du capital) et le renforcement du potentiel de défense. Il ne semble pas que l'Union Soviétique soit décidée à sacrifier le principe du développement prioritaire des biens de production.

Autrement dit, le développement de l'« attitude consommatrice » en Union Soviétique n'est pas encore aussi avancé que certaines interprétations tendraient à le faire croire. Il serait difficile à l'U.R.S.S. d'atteindre une quelconque parité économique avec les États-Unis en adoptant les procédés et le niveau de consommation de ce pays. M. Khrouchtchev — que l'on peut à quelques égards tenir pour le champion d'un accroissement de la consommation immédiate — s'est élevé à plusieurs reprises contre les impatients qui réclament une augmentation [p. 577] des biens de consommation sans travailler suffisamment pour faciliter cet accroissement : et il a aussi souligné qu'une expansion de l'industrie lourde serait encore nécessaire pour construire les machines destinées à la fabrication accélérée des biens de consommation.

Au total, si les problèmes de la consommation des ménages sont susceptibles de procurer des soucis aux dirigeants soviétiques notamment dans l'ordre alimentaire, ceux-ci ont tout de même plus de latitude à l'égard de ces problèmes que n'en auraient *mutatis mutandis* les dirigeants des pays occidentaux. Même si les problèmes que doivent affronter les régimes communistes semblent en apparence très voisins de nos difficultés, je crois que, replacés dans leur ambiance respective les uns et les autres sont de nature différente. On ne saurait en particulier négliger la différence entre deux systèmes de distribution dont l'un est conçu pour assurer la répartition des produits disponibles et le second pour réaliser une stimulation systématique de la demande solvable : il serait étonnant qu'une telle divergence n'entraîne pas une différenciation notable des comportements en cause.

*
* *

Il aurait été facile d'allonger cette discussion théorique en introduisant dans le tableau le point de vue d'auteurs désormais fort bien connus, comme J.K. Galbraith (*L'ère de l'opulence*), W.W. Rostow (*Les étapes de la croissance économique*) et D. Riesman (*The lonely crowd*)¹. Les ouvrages analysés et les exemples cités suffisent à

¹ Rappelons seulement l'un des éléments de la typologie de Riesman : le caractère *other-directed* dont le développement chez les Américains marquerait le passage de la société de la frontière de

donner une vue authentique du courant selon lequel la consommation de masse aurait bouleversé, ou serait en train de bouleverser les structures et plus encore les pratiques de la vie politique. C'est bien entendu au niveau journalistique qu'on peut saisir cette opinion sous sa forme la moins nuancée. Lisons à ce propos le *Corriere della Sera*¹ : « Les effets du bien-être occidental. Les masses ne croient plus au mythe de la révolution. Le communisme européen est à court d'idées et s'éloigne irrémédiablement du pouvoir. Il fait au contraire des prosélytes dans les pays arriérés en offrant l'exemple du progrès soviétique. Cette diversité de destin provoque une fêlure dans l'unité internationale du parti ».

Quelques mois plus tard (élections générales d'avril 1963) le pourcentage du parti communiste italien dans les votes valides passait de 29,7% en 1958 à 25,3 (niveau de 1946 : 19,0). Cette ascension, intervenue malgré le « miracle » économique suggère que les choses sont peut-être moins simple que le *Corriere* ne voulait en convaincre ses lecteurs.

[p. 578]

II. CONSOMMATION DE MASSE ET DESTIN DU CAPITALISME

[Retour à la table des matières](#)

Les positions que je viens de passer en revue reposent toutes sur une notion optimiste de la marche du système capitaliste. Le commun dénominateur en est l'idée que, grâce aux techniques de la production de masse, le régime possède désormais les moyens de faire face aux problèmes et aux difficultés que suscite son propre fonctionnement. En somme, la vue marxiste du destin du capitalisme serait mise en échec par l'aptitude de celui-ci à assurer la fabrication en grande série des biens dont les hommes souhaitent la possession.

À quoi bon la révolution ou même la réforme sociale — entreprise que les défenseurs les plus hardis de l'ordre existant n'hésitent plus désormais à qualifier de schisme social — si, comme l'affirmait récemment le *chief planner* du Ministère britannique du logement, l'ouvrier ordinaire doit posséder d'ici cinquante ans deux maisons et deux automobiles — un tel résultat n'exigeant de sa part qu'une

la production à celle de la consommation. La caractéristique de l'individu *other-directed* serait une apathie politique suscitée par la sécurité matérielle — une sorte d'indifférence à l'égard de la vie politique provenant du fait que les concepts idéologiques habituels ont été vidés de leur contenu par la prospérité générale. Incapable de reconnaître ce dont il a besoin, ce type d'individu aurait pour règle de ne se préoccuper que de ce qui lui plaît. D'où sous l'effet de l'*other-direction* cette impression combinée de puissance et d'incertitude que ressentirait aujourd'hui la société américaine.

¹ Numéro du 6 janvier 1963.

vingtaine d'heures de travail hebdomadaire. À quoi bon surtout un tel combat si finalement l'Union soviétique elle-même, n'a d'autre issue à ses problèmes que d'emprunter les chemins conduisant à la consommation de masse.

Ce point, il est à peine besoin de le souligner, a une importance fondamentale. Ramenée à sa formulation la plus élémentaire, le marxisme avance que le capitalisme doit disparaître par incapacité de surmonter les contradictions qui se développent en son sein. Les partisans de la thèse optimiste estiment au contraire que ces contradictions sont en train d'être résolues ou, au moins, d'être ramenées à un niveau supportable par l'avènement de la société de l'abondance. En provoquant la disparition progressive de l'inégalité et la diminution graduelle de l'insécurité, en suscitant la saturation progressive des besoins essentiels, l'opulence, fruit du progrès technique, illustrerait l'inutilité et même les dangers d'une transformation profonde des structures sociales. Revenons à P. Drucker : en lançant le modèle T, Ford aurait renversé l'évolution annoncée par le *Manifeste communiste*.

Dans une telle perspective, l'apathie politique bien loin d'être en contradiction avec une gestion démocratique de l'État constituerait en pratique un mode d'expression ou d'affirmation de celle-ci. La faiblesse de la participation, notamment lors des consultations électorales traduirait un accord profond des gouvernés avec les gouvernants. Ainsi, [p. 579] en ignorant la politique ou en ne lui accordant que fort peu d'attention, le citoyen illustrerait la solidité du consensus dont la société de consommation accélère la survenance et amplifie la dimension.

Sur la base des explications déjà données en cet ouvrage, cette présentation de la situation ne cadre pas avec la réalité. On ne saurait tenir pour un mode stable de solution des contradictions capitalistes le recours au gaspillage des ressources et à de gigantesques dépenses d'armement sans que pour autant soit assurée la satisfaction intégrale des besoins les plus élémentaires des couches défavorisées. En réalité il n'y aurait d'autre moyen durable d'échapper à ces contradictions que de fixer à la répartition des forces productives un autre critère que la demande solvable. Cependant, si la thèse de la mutation du capitalisme — qui, en une large mesure, correspond à un essai de persuasion idéologique — reste très fragile, les hommes et spécialement les travailleurs tendent à se conduire, en de nombreuses occasions et notamment dans l'ordre des relations politiques, comme si les partisans de cette thèse avaient raison.

En somme il n'est pas exagéré d'observer que depuis les années 1950 les attitudes à l'égard du système capitaliste ont, connu des changements plus considérables que le capitalisme lui-même. Bien que l'esprit et le mode de fonctionnement du régime n'aient pas subi d'altération fondamentale, les attaques et critiques se sont atténuées. Plus largement, on note des transformations dans les attitudes à l'égard des problèmes socio-politiques. Or, sans en faire le déterminant exclusif de la modification observée, je suis enclin à attribuer une grande importance

aux phénomènes d'aliénation entraînés par la consommation de masse, qu'il s'agisse de l'acquisition des biens ou de l'utilisation de services.

1. Portée des transformations.

[Retour à la table des matières](#)

Les États-Unis sont actuellement le pays dans lequel le régime bénéficie de la plus large acceptation. Et dès lors beaucoup estiment que, nos pays suivant les chemins déjà parcourus par les Américains, les mêmes causes doivent y produire les mêmes effets. Si cette conception était vraie, ce serait le sauvetage du capitalisme par la civilisation du *gadget*. Encore que bien des arguments puissent être invoqués contre cette assimilation — qui présente tous les dangers et défauts du raisonnement analogique — j'hésiterais sur la base de l'observation de notre monde à lui contester toute portée.

[p. 580] Admettons que de toutes les justifications possibles de ce point de vue, la grande apathie du socialisme européen vis-à-vis du régime capitaliste — cette préférence ouvertement affichée pour l'expansion de la consommation au détriment du partage du pouvoir économique — constitue l'une des plus solides. Autre témoignage sans équivoque : la propension de tant de travailleurs à repousser l'appartenance à la classe ouvrière pour se ranger d'eux-mêmes dans les classes moyennes (volonté d'ascension peut-être plus marquée en Grande-Bretagne qu'en France ou en Italie). N'est-ce pas là autant de signes indiscutables de l'américanisation des travailleurs européens ?

Pour définir l'américanisation et délimiter son champ d'observation on peut se placer à deux niveaux d'observation. L'un se situe au plan des faits matériels, des comportements et des préférences économiques : il s'agit de l'adoption par un peuple de certaines habitudes ou tendances des Américains que ce soit dans les techniques de satisfaction des besoins (nourriture préparée industriellement), les modes de distribution des marchandises (super-marchés et libres services), la réalisation d'un niveau élevé de motorisation ou la course aux acquisitions inutiles ou futiles (coût croissant de l'emballage).

À ce niveau d'observation, on peut dire que le processus d'américanisation de l'Europe est largement entamé et ne cesse de se poursuivre à un rythme accéléré.

Un second aspect de l'américanisation est l'extension à nos pays de certaines attitudes ou conceptions américaines dans l'ordre des relations humaines ou des rapports sociaux. On situe le raisonnement sur ce plan en évoquant la tendance à centrer l'action syndicale sur la conquête d'avantages matériels immédiats dans le cadre du régime établi. S'il fallait également trouver un symbole à ce type d'américanisation, l'exceptionnelle diffusion acquise en peu d'années par le *Reader's Digest* fournirait un élément de référence très significatif.

Encore que dans cette seconde perspective l'influence américaine soit déjà très sensible (voir, par exemple, tout ce qui touche le culte de la *star*), l'américanisation matérielle de notre continent paraît sensiblement plus avancée que son américanisation sociale ou morale. Le problème est de savoir si la première forme ne doit pas entraîner, à plus ou moins brève échéance mais inéluctablement, l'apparition de la seconde.

À première vue, et à condition de ne pas verser dans les schémas puérils de S. Lipset, il ne le semble pas. Les attitudes des Français à l'égard du système économique ou du régime politique sont le pro-[p. 581] duit d'une longue évolution historique dont il ne semble pas que l'adoption de certains modes de consommation ou de certaines techniques de distribution soit susceptible d'effacer le poids. Même si d'ici quinze à vingt ans les Français parviennent à jouir du niveau de vie actuel des Américains, on peut douter que les premiers témoignent à l'égard des formes socio-économiques du capitalisme du respect qui est familier aux seconds. Les attitudes des hommes dépendent de bien d'autres facteurs que l'ampleur et les modalités de la consommation privée. En réalité, certains des traits les plus caractéristiques de la société américaine trouvent leur origine dans des prédispositions ou habitudes antérieures à la survenance de la *mass-consumption* et même à l'industrialisation. Soit par exemple le conformisme social dont le respect du régime politique n'est qu'un aspect. Ce conformisme se manifeste aujourd'hui avec une force particulière chez les « suburbites », c'est-à-dire chez les Américains qui, en nombre de plus en plus grand, quittent le centre des villes pour s'installer dans les banlieues parfois assez éloignées de leur lieu de travail. Il se crée ainsi des sortes de communautés où chacun demeure sous la surveillance de tout le monde. L'individu, s'il veut être tenu pour un bon membre de la communauté, doit se comporter d'une certaine manière et ceci qu'il s'agisse de l'adoption de conduites d'accueil ou de réception, de la possession ou du renouvellement de divers biens, de l'acceptation des idées courantes ou des conceptions reçues. Certains ont tendance à voir dans ce conformisme un produit de la civilisation industrielle. Or le même phénomène existait déjà, et probablement avec plus de force, au sein des premières communautés puritaines qui s'installèrent jadis sur le continent américain : on l'a observé tout au long du 19^e siècle et on le note actuellement encore dans des communautés à peine touchées, au moins de façon directe, par l'industrialisation.

Dans ces conditions, il n'est pas absolument évident que le développement de l'industrie et la survenance de la consommation de masse fassent des sociétés européennes, dont la diversité reste d'ailleurs notoire, une exacte réplique de la société américaine. De prime abord, il n'est nullement acquis que l'amélioration du niveau de vie amène la disparition progressive des partis communistes français et italiens : certes le communisme ne joue aux États-Unis qu'un rôle négligeable mais n'oublions pas qu'à l'époque où la classe dirigeante américaine tendait à assimiler l'action syndicale au gangstérisme, la classe ouvrière de ce pays n'a pas cherché à constituer un puissant parti socialiste ou n'est par parvenue à le faire. Il est possible

que l'abondance des ressources [p. 582] et des « opportunités » (rôle du déplacement de la frontière vers l'Ouest) ait contribué à empêcher la formation d'une conscience de classe : mais on doit aussi tenir compte du mode particulier de constitution de la force de travail américaine (absorption de vagues successives d'immigrants pauvres, illettrés et craintifs).

Au total, le mode de raisonnement que je viens de résumer n'est pas sans valeur explicative. Il permet de déceler la part considérable de propagande en faveur du capitalisme que comporte la thèse de l'unité ou de l'unification des sociétés industrielles — thèse postulant, sans l'ombre d'une preuve positive, que les conséquences du progrès technique sont plus fortes que les divergences dans les structures sociales (qui commandent, en particulier, la répartition du pouvoir économique). On peut en tout cas admettre que l'américanisation de l'Europe, si elle résulte pour partie de l'adoption spontanée des modèles culturels de la nation dominante, constitue également le résultat d'un effort systématique de pénétration mené avec une abondance de moyens dont l'histoire n'offre pas d'exemples. En d'autres termes, les pays européens pourraient fort bien développer et étendre leurs activités industrielles sans accepter d'être progressivement envahis et demain peut-être submergés par les idéaux et les procédés d'une civilisation étrangère. Mais où situer la ligne de résistance ?

Nous retrouvons ici un problème déjà abordé à propos de la publicité : la propension de nombreux théoriciens et praticiens à s'en prendre aux conséquences d'une situation sans toucher aux composantes de celle-ci. À partir du moment où dans une structure des revenus fondamentalement inégalitaire l'on admet que la répartition des forces productives dépend des impulsions de la demande solvable — telle que suscitée ou manipulée par le *marketing* — une large partie des tares de la civilisation américaine tend à se reproduire inmanquablement dans le pays considéré. Et dès lors, il est pratiquement inévitable que ce pays connaisse aussi sinon la totalité du moins une large partie de propensions psycho-sociologiques que suscite la subordination des besoins humains aux impératifs de l'enrichissement privé. D'une civilisation à l'autre, ce ne sont pas seulement des marchandises qui circulent mais des modèles de culture et de loisir.

On peut certes tenter une mise en cause directe de l'économie de futilité comme a essayé de le faire le IV^e Plan. Mais la pression des revenus privés est trop forte pour laisser aux gouvernants, le voudraient-ils réellement beaucoup de latitude en ce domaine. Et dans la mesure où la structure des revenus se borne à exprimer l'ensemble des rapports [p. 583] qui s'établissent entre les hommes, et singulièrement des rapports de production, tout politique de redistribution des revenus qui ne touche pas à ces rapports risque d'être rapidement vouée à l'échec.

Au total, sans oublier que, même dans une économie planifiée de type collectiviste, le progrès technique peut, comme tel susciter des discordances entre la production et les besoins, je crois que le respect du principe de la demande solvable

vaudra à nos sociétés, et sur tous les plans, un degré d'américanisation plus grand que la classe dirigeante ne l'envisage ou ne le souhaite. Ce mouvement pourrait certes être réduit au moins dans certaines de ses manifestations superficielles si les autorités politiques témoignaient de plus de rigueur à l'égard des entreprises de pénétration et, disons-le, de colonisation économique menées par la puissance dominante. Pourtant, dans la mesure où cet essai de défense laisserait subsister les structures sociales du capitalisme, rien ne pourrait empêcher nos économies de glisser sur la pente de l'économie de gaspillage et de la civilisation du *gadget*, la source de celle-ci se situant non dans le progrès technique mais dans le mode de constitution des rapports sociaux.

Le rapport des forces paraissant peu propice à des changements d'ordre structurel, il faut s'attendre à ce que l'expansion de la consommation de masse — qui sera presque nécessairement de type américain même si elle diffère sur quelques points du modèle des États-Unis — provoque des changements appréciables dans les attitudes sociales et politiques. Sans me réclamer d'une quelconque prospective, il ne semble pas impossible de dégager quelques grandes orientations.

2. Aliénation, conscience de classe.

[Retour à la table des matières](#)

Il est devenu banal de lier l'apathie ouvrière vis-à-vis de la distribution du pouvoir à la production en masse de la petite voiture et du récepteur de télévision. Or, comme le note G. Lefranc, « l'aliénation culturelle qui s'étale aujourd'hui dans les loisirs de masse s'annonçait déjà au début du XX^e siècle lorsque Jaurès ne parvenait pas à trouver à l'Humanité la centaine de milliers de lecteurs ouvriers qui eût assuré son existence »¹. Il est toutefois possible, si du moins le régime capitaliste parvient à éviter la survenance de profondes dépressions, que l'aliénation tant au niveau de la consommation matérielle que culturelle se consolide et s'approfondisse davantage.

Bien des conduites actuelles s'expliquent si l'on observe que c'est la [p. 584] première fois dans l'histoire des hommes que les travailleurs modestes accèdent à quelque bien-être et à certains éléments de confort. Que cette évolution s'accompagne de phénomènes de paupérisation relative (développement de la consommation privée au détriment de services collectifs comme l'enseignement ou les soins hospitaliers) paraît peu contestable : mais, obnubilés par les modèles de la couche dominante, les milieux qui bénéficient de ce début d'enrichissement après avoir été jusqu'alors si complètement défavorisés ne s'en rendent que très imparfaitement compte. En somme les trains de neige et les promenades

¹ In *Le mouvement socialiste sous la Troisième République (1875-1940)*, Paris 1963, p. 394.

dominicales motorisées cachent à beaucoup les misères de l'équipement culturel et de la recherche scientifique.

Quant aux dirigeants de la gauche, lorsqu'ils pensent à l'avenir en terme de pouvoir ou de programme gouvernemental, ils sont manifestement effrayés à la seule idée que la mise en œuvre de mesures réformatrices serait susceptible de diminuer le flot des biens de consommation et des *gadgets*. Ils redoutent, et ont-ils tort de le faire, que des déceptions en ce domaine ne conduisent leurs électeurs à se détacher d'eux. En jouant la carte de la consommation de masse au détriment d'un programme de croissance économique harmonisée, les conservateurs britanniques sont parvenus à se faire élire trois fois par un peuple las de l'austérité travailliste. Sur cette base, les partisans de l'ordre capitaliste sont susceptibles d'obliger les socialistes à oublier ou à renier leur idéal en les obligeant à se battre sur le front de l'expansion de la consommation privée. C'est là un tournant dont il ne faut pas sous-estimer la gravité.

Le socialisme ne saurait être en aucun cas ramené à la simple augmentation de la masse des biens distribuables. Il implique, avant tout, une nouvelle répartition du pouvoir sous toutes ses formes à l'intérieur de la société. Le but premier du socialisme reste de mettre fin à l'exploitation du travailleur. Or, en acceptant les modèles de la société de consommation de type capitaliste, les socialistes ne font que consolider la propension à doubler l'exploitation du travailleur de celle du consommateur. On peut même avancer que si l'exploitation du travail connaît aujourd'hui quelques modestes restrictions, c'est parce que la couche dominante (et la masse des éléments moyens qui lui sont liés) est en mesure de reporter le poids de ses privilèges sur le secteur de la consommation.

Il reste que les couches défavorisées, dont l'ampleur demeure considérable, acceptent la situation. Les choses étant ce qu'elles sont, une telle propension serait inexplicable si l'on ne faisait intervenir les phé-[p. 585] nomènes d'aliénation que crée la consommation de masse — le terme « aliénation » désignant ici l'état de l'individu qui perd la maîtrise de lui-même, est traité comme une chose et devient l'esclave des choses. J'ai trop souvent insisté en ces pages sur la situation du consommateur-objet pour qu'il soit nécessaire de donner à cet égard de plus amples développements. Il est également inutile d'insister sur le fait que, toutes choses égales, l'endettement ne peut qu'accroître cette aliénation. Qu'en résulte-t-il au niveau de la conscience de classe ?

Dans l'analyse classique qu'il a faite de cette conscience, Lénine lui assigne un triple contenu : la compréhension par les ouvriers que pour améliorer leur sort et réaliser leur émancipation il n'est d'autre voie que de lutter contre la classe des capitalistes et des patrons ; la compréhension par les ouvriers qu'il forment une classe distincte de toutes les autres et dont tous les membres ont des intérêts identiques et solidaires ; la compréhension par les ouvriers que pour parvenir à leurs fins ils doivent lutter pour exercer une influence sur la marche de l'État comme le

font quotidiennement les propriétaires et gestionnaires des moyens de production. Or il est facile de s'apercevoir que, sous chacun de ces trois angles, la consommation de masse de style capitaliste constitue une menace pour la conscience de classe — une menace qui d'ailleurs s'ajoute à plusieurs autres (ainsi la grande diversification de la rémunération ouvrière qui caractérise le capitalisme contemporain).

Il est toujours très à la mode de disserter sur les aspirations et positions des travailleurs industriels. Or beaucoup de ceux qui sacrifient à cette mode, spécialement parmi les laudateurs de la société opulente, ne savent pas ce qu'est un ouvrier et, en tout cas, n'ont jamais pris la peine d'en interroger un. Cependant, ceux, en tout petit nombre d'ailleurs, qui prennent la peine d'effectuer des enquêtes en milieu ouvrier¹, constatent chez les travailleurs, en dépit de l'enrichissement récent et précaire dont ils jouissent, la persistance du sentiment d'appartenir à une classe qui, par rapport aux autres groupes sociaux, demeure réduite à un statut inférieur. Les ouvriers ont la certitude de demeurer des ouvriers face à des bourgeois qui cherchent à les exploiter au maximum — sentiment que certains ont interprété comme l'expression d'une profonde mélancolie dans un monde hostile.

Périodiquement cette conscience se manifeste par d'importants mouvements de grève qui, au-delà des revendications constituant le mobile immédiat du mouvement, expriment une révolte contre l'ordre social. Cependant même s'ils donnent lieu, au moins en quelques cas, à d'imposantes actions de solidarité, ces combats restent limités à une firme [p. 586] ou à une branche et n'ont pas de lendemain. Sur un autre plan, cette position de classe s'extériorise par l'appui électoral donné aux partis communiste et socialiste : mais si l'on passe de la participation au scrutin à l'activité du militant, les constatations faites sont loin de laisser la même impression. Le découragement venu de l'échec des expériences passées explique certainement pour une bonne part cette propension au moindre effort. Mais l'on ne saurait rejeter l'idée que l'accès à certaines sources de satisfactions n'exerce une influence dans le même sens. Capable d'actions sectorielles, parfois de vaste ampleur et de style rigoureux, la classe ouvrière est-elle encore mobilisable comme un tout autrement que pour des manifestations qui, la plupart du temps, n'ont pas de suites notables sur la vie sociale et l'organisation politique ?

Tout se passe comme si, sous l'effet de causes diverses, dont l'aliénation suscitée par le désir d'imiter les modèles de consommation de la classe dominante, la conscience de classe était affectée d'un assoupissement certain — situation qui est l'un des obstacles le plus sérieux à la réalisation de l'unité ouvrière tant au niveau des partis qu'à celui des syndicats. S'il conserve le sentiment d'être un élément

¹ Voir par exemple l'ouvrage de ANDRIEUX (A.), LIGNON (J.), *L'ouvrier d'aujourd'hui*, sur les changements dans la condition et la conscience ouvrière, Paris 1960. Voir aussi PEYRE (C.), *Une société anonyme*, Paris 1962.

dominé, l'ouvrier, au moins dans les périodes où le pouvoir d'achat connaît quelque expansion, n'est pas insensible aux divers avantages matériels que lui attribue avec d'ailleurs beaucoup de parcimonie une société construite pour les puissants et qui reste ou se retrouve placée après quelques flambées (1936, 1945) sous leur supervision constante.

En beaucoup de pays européens la situation ne provoque pas un changement dans la direction de l'orientation des attitudes politiques. Il est probable par contre qu'elle affaiblit leur intensité. À cet égard le comptage des voix ou le calcul des pourcentages risquent d'induire en erreur car ils ne donnent aucun élément d'appréciation sur le relief des attitudes qu'ils sont censés exprimer. L'établissement d'échelles d'attitudes, spécialement dans le cadre de l'analyse hiérarchique, permet des interprétations beaucoup moins incertaines. Malheureusement les études de cet ordre sont rares et fragmentaires ¹.

Au total il est difficile d'émettre un jugement précis sur la situation actuelle et, plus encore, d'évaluer la part qui revient à la consommation de masse dans la formation des phénomènes analysés. En utilisant la notion d'assoupissement pour caractériser l'état présent de la conscience de classe, j'entends défendre l'idée que, spécialement en France, les jeux ne sont pas définitivement faits et que toute interruption prolongée de l'accès aux avantages matériels pourrait avoir pour effet de relancer la volonté d'une réforme profonde des structures sociales. En un sens [p. 587] la classe dominante se trouve elle aussi prisonnière des habitudes de consommation populaire qui lui valent, avec la réalisation de profits substantiels, ne l'oublions pas, un répit dans l'ordre des transformations structurelles. Mais si la situation actuelle se prolongeait sur une longue période, la supposition même d'une relance de la réforme sociale ne perdrait-elle pas de sa vraisemblance ?

Le lecteur estimera peut-être que je retrouve ainsi les conclusions des auteurs américains que j'ai critiqués dans la précédente section. En réalité la convergence n'est qu'apparente, ceux-ci interprétant comme le signe de la démocratie ce que je tiendrais pour l'indice d'une consolidation de la domination exercée par une minorité de privilégiés sur la masse des travailleurs. Autrement dit, loin de conduire à une situation quasiment idéale d'équilibre démocratique, la consommation de masse de type capitaliste me semble receler le péril d'un renforcement de l'inégalité sous toutes ses formes dont l'abolition ou, moins ambitieusement, la réduction demeure la condition nécessaire, encore que non suffisante, de l'établissement d'un ordre démocratique.

L'évolution du capitalisme au cours des dernières décennies ne peut qu'inciter à la prudence quand il s'agit de formuler un jugement sur les chances de durée d'un système social. Ce sont certes les marxistes qui ont le plus insisté sur les

¹ Voir sur ces problèmes FOUGEYROLLAS (P.), *La conscience politique dans la France contemporaine*, Paris 1963.

contradictions du régime capitaliste mais Keynes, celui de la *Théorie Générale*, a beaucoup ajouté à Marx en soulignant les facteurs de stagnation que comporte le capitalisme moderne. Dans cette perspective qui, raisonnant durant les années 1930 et en fonction des événements de l'époque, aurait pu prévoir la remontée spectaculaire de ce régime au cours des années 1950 (remontée assez forte pour entraîner l'adhésion au système d'une large fraction des partis socialistes) ?

Peut-être notre principal défaut quand nous abordons de tels problèmes est-il de minimiser le rôle du temps ou, plus exactement, de raccourcir la période durant laquelle les évolutions attendues sont censées se produire. Il est vrai que le souci d'influer sur le présent conduit nécessairement — comme les plus grands esprits, et parmi eux Marx lui-même, en ont fait l'expérience — à pronostiquer l'arrivée rapide des modifications prévues ou des changements souhaités.

Bien entendu, cette survie du capitalisme s'étend aux formes politiques qui en sont l'émanation ou l'accompagnement. En apparence, les institutions de la démocratie représentative, telles qu'élaborées et perfectionnées au cours du 19^e siècle, restent en place, mais la réalité du pouvoir passe progressivement aux appareils partisans ou aux services [p. 588] administratifs, la capacité d'action respective de ces deux séries de forces variant selon les pays. L'apathie des citoyens favorisant de toute manière une telle évolution, on peut admettre que la consommation de masse qui est l'une des composantes de cette indifférence relative, contribue au renforcement des facultés bureaucratiques et à l'expansion des tendances technocratiques.

Évitons certes les interprétations linéaires qui font dépendre l'abstention électorale et le refus de l'engagement partisan de l'aptitude à acquérir des machines à laver ou des réfrigérateurs. Mais, en suscitant des aliénations nouvelles chez ceux qui auraient le plus de raisons de souhaiter la transformation du régime, la consommation de masse apporte un élément, supplémentaire au renforcement des tendances conservatrices dans le gouvernement des hommes.

[p. 589 à 599 notes de fin converties en notes de bas de page, p. 600, sans texte.]

[p. 601]

CONCLUSIONS

[Retour à la table des matières](#)

L'ARTICLE PREMIER de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen qui figure dans la Constitution du 24 juin 1793 énonce que « le but de la société est le bonheur commun » : bonheur dont Saint-Just devait dire qu'il était « une idée neuve en Europe ». Mais il s'agissait dans l'esprit du temps d'un bonheur frugal : « ... le bonheur qui naît de la jouissance du nécessaire sans superfluité ; une charrue, un champ, une chaumière à l'abri du fisc, une famille à l'abri de la lubricité d'un brigand, voilà le bonheur... » (Saint-Just) ¹.

Nous vivons une époque qui, d'une part a connu quelques-uns des épisodes les plus atroces de l'histoire de l'humanité et, de l'autre semble offrir aux hommes des perspectives de félicité matérielle dont personne, pas même les utopistes les plus ardents, n'aurait osé rêver voici un siècle. Notre temps est celui qui a multiplié les camps de concentration et qui a su réduire les taux de mortalité à des niveaux tellement bas. Le racisme continue de sévir sous toutes ses formes, ouvertes ou larvées, mais la conquête du bien-être, la réalisation du *Welfare State*, constituent l'objectif déclaré de tous les gouvernements.

Moins de vingt ans après l'arrêt des massacres de la seconde guerre mondiale et tandis que la menace de l'holocauste nucléaire commence de s'estomper, faut-il à nouveau réinventer l'idée du bonheur commun qui, n'en doutons pas, reste aussi neuve qu'au moment de la grande Révolution ?

*
* *

Un point paraît évident : tout en multipliant les satisfactions et commodités matérielles les sociétés de consommation de type capitaliste — que l'on qualifie parfois et avec assez d'exactitude de « sociétés acquisi-[p. 602] tives » — ne

¹ Cité par Léo HAMON in « Vers une politique de bien-être », *La Nef*, septembre-novembre 1963, p. 29.

conduisent pas à ce bonheur dont la Constitution de 1793 faisait le but profond de la vie sociale ¹.

Cette observation n'implique aucune propension à embellir un passé dont, pour mieux faire la critique du présent, nous avons volontiers tendance à oublier ou à sous-estimer les aspects horribles et inhumains. Le progrès technique est une merveilleuse force de libération de l'être humain. Le mal vient seulement de notre persistante incapacité à mettre ces découvertes et instruments au service de l'homme. Et dès lors, l'enrichissement social au lieu de contribuer à l'abolition des servitudes qui accablent les consommateurs aboutit à la création de nouvelles aliénations.

Lisons à cet égard les résultats d'une récente enquête du magazine *U.S. News and World Report* sur l'état d'esprit des Américains en 1963 ². Jamais ceux-ci n'ont disposé d'un bien-être comparable à celui dont ils jouissent aujourd'hui déclare le magazine. Presque tout le monde est bien nourri, bien logé, bien habillé, bien pourvu de voitures et de *gadgets* de toute sorte pour la maison. En même temps l'existence est assortie de nombreux loisirs. Les vacances d'hiver se sont ajoutées à celles d'été. Les revenus personnels atteignent des niveaux record. L'éventail des distractions ne cesse de s'élargir. Acceptons pour les besoins du raisonnement cette description bien trop optimiste qui oublie « les pauvres du dollar » ³. La question qui vient à l'esprit est alors : les Américains sont-ils heureux ?

Il semble que beaucoup ne le sont pas répond le magazine. Le taux des divorces reste élevé. Des millions d'hommes partent chaque année à la recherche de quelque chose qu'ils ne semblent pas trouver. La jeunesse apparaît nerveuse. Les soucis abondent. Beaucoup de familles font la culbute sous le poids des dettes. Les revenus, tout élevés qu'ils soient, ne le sont jamais suffisamment. Le crime dans les grandes villes cause de plus en plus de préoccupation. Les femmes ont souvent peur de sortir seules la nuit. Les problèmes de l'école et de l'intégration suscitent de l'appréhension. Finalement l'attitude nationale est empreinte de quelque incertitude et non d'une pleine confiance.

[p. 603] Si l'on considère que les États-Unis utilisent pour la couverture de leurs seuls besoins une quantité considérable des matières produites dans le monde, le résultat n'est pas très brillant. Or cette investigation n'est pas un son de cloche isolé comme le montre un récent ouvrage d'August Heckscher dont le principal mérite est

¹ Pour un essai d'anticipation du destin des sociétés de consommation, voir GOODMAN (Percival) et GOODMAN (Paul), *Communitas*, University of Chicago Press, 1947.

² Numéro du 11 novembre 1963, pp. 56-61.

³ « The dollar paupers », selon le titre d'un reportage de M. HARRINGTON dans le magazine en couleur du *Sunday Times*, 24 novembre 1963.

d'apporter une synthèse de ce que l'on a écrit de plus important sur ce thème aux États-Unis durant les vingt dernières années ¹.

Selon Heckscher ce ne sont plus les problèmes de sécurité sociale et de politique économique qui constituent la plus grave difficulté pour le politicien « libéral » : les conditions matérielles nécessaires à l'accomplissement des satisfactions privées sont désormais réunies. Le point désormais capital est celui du moral social. En dépit ou peut-être à cause de l'abondance matérielle l'homme moderne demeure insatisfait : ses nouveaux ennemis sont l'ennui, une impression de solitude et un sentiment d'aliénation. La clé de la situation réside dans le fait que les frontières entre les aspects publics et privés de l'existence ne cessent de s'estomper. L'individu ne parvient pas à se créer une zone de vie privée qui soit à l'abri de la curiosité et de la fausse intimité en honneur chez les suburbites. Plus que tout autre, l'homme politique est la proie de cette tendance forcenée à l'indiscrétion. Sur cette base l'information devient du bavardage : et, s'il sait tout sur le régime alimentaire et les habitudes vestimentaires des grands, le citoyen reste étrangement éloigné des événements importants.

L'idée dominante de cette argumentation est que l'élévation des satisfactions matérielles privées ne suffit pas à assurer le bonheur des hommes. Nous sommes ainsi ramenés à la notion du bonheur commun de la Constitution de 1793. Mais comment définir le contenu ou les critères du bonheur public ? Sur ce point fondamental, A. Heckscher n'est pas très disert. Il évoque la nécessité d'embellir l'environnement humain et pour cela de donner une importance centrale dans l'action gouvernementale aux problèmes de l'architecture, de l'art, des formes, de l'aménagement régional sans oublier, bien entendu, l'éducation. Soulignant l'importance de l'art pour le peuple, il déclare qu'en négligeant de lui donner une place adéquate la communauté politique se trouverait incapable de réaliser ses aspirations. Ce sont là des notions certes intéressantes et à quelques égards généreuses mais l'ensemble reste nébuleux.

Ce livre est précieux dans la mesure où il expose le jeu des pressions qui dans une société opulente tendent à détruire la réalité des choses et [p. 604] à faire oublier la manière authentique de les utiliser. Cependant il serait très embarrassant de traduire ces exhortations assez vagues en critères d'action quotidienne. La notion du bonheur public ou du bonheur commun échapperait-elle à la formulation intellectuelle pour relever de la simple aspiration morale ?

*
* *

Sans entrer dans une discussion qui prendrait nécessairement un tour philosophique sur les rapports entre le bonheur privé et le bonheur commun, je

¹ *The public happiness*, 1963 (publié en Grande-Bretagne par Hutchinson).

voudrais souligner le point qui me paraît essentiel pour améliorer la condition de l'homme-consommateur, c'est-à-dire de l'être humain tout court : le relâchement de la pression de l'argent dans la formation et la satisfaction des besoins. C'est une vue entièrement banale mais si l'on en juge d'après la faiblesse des applications qui en est faite dans nos sociétés, il faut bien se résigner, après tant d'autres, à la répéter de nouveau.

J'admets volontiers que ce souhait, dont la réalisation éventuelle se situe au niveau des relations politiques, n'est pas indépendant d'une certaine conception du monde et des rapports humains. Mais je ne pense pas qu'on puisse lui refuser un fondement sociologique sérieux et, à plusieurs égards, impressionnant. Ayant abordé l'enquête dont est sorti cet ouvrage sans esprit préconçu et, en tout cas, avec bonne foi, j'ai vu peu à peu s'accumuler sur mes fiches et dans mes dossiers les preuves de l'incapacité d'une économie mercantile à satisfaire correctement les besoins des familles à revenus modestes qui représentent encore la grande majorité des unités de consommation. La démonstration de cette inaptitude est généralement faite à partir de la production. J'ai progressivement acquis la conviction que le choix de la consommation comme point de départ de l'analyse renforce singulièrement la critique du système du marché comme régulateur de la vie économique — point d'autant plus important que les partisans de ce système ne cessent de proclamer sa supériorité sur l'économie planifiée quant à la satisfaction des besoins.

Je crois connaître assez bien tous les avantages que l'on attribue à l'économie de marché et tous les reproches que l'on adresse à l'économie planifiée. Pourtant, au terme de cette longue recherche, je n'hésite pas à avancer que le remplacement de la première par la seconde représente la condition élémentaire d'une utilisation des ressources qui profite également, le plus également possible, à tous les hommes. Seule l'économie de plan est en mesure de réduire le rôle du critère de la de-[p. 605] mande solvable pour la répartition des forces productives et la distribution des biens consommables ; seule elle est susceptible de mettre fin aux gaspillages auxquels conduit inévitablement la soumission des choix économiques aux impératifs de l'argent.

Là est le point essentiel. Et, dans cette perspective, on est enclin à marquer quelque pessimisme à l'égard de diverses actions entreprises par les groupes ordinaires de consommateurs.

Dans la mesure où elles sont entreprises avec sérieux et rigueur les activités de ces groupes ne sont pas dépourvues de valeur pour les acheteurs. Cependant le problème fondamental d'une politique de la consommation est ailleurs. Il est de tirer des ressources disponibles le maximum de satisfactions au profit du plus grand nombre. Je ne crois pas qu'il y ait d'autre mode de réaliser cet objectif que l'économie de plan.

Je n'ignore pas certes que le passage à un système planifié exigerait de profondes transformations structurelles dont la réalisation, en l'état actuel du rapport des forces, ne peut être sérieusement envisagée. Je ne crois pas pour autant inutile d'en formuler le principe. Cette démarche présente entre autres mérites l'avantage d'éviter une surestimation des résultats que l'on peut attendre des tentatives faites dans le cadre du système capitaliste (dont la planification dite « à la française » est un mode particulier de fonctionnement).

*
* *

Il est évident que la notion même de société opulente implique une rigoureuse séparation des pays riches et des pays pauvres. Si le monde formait une seule unité notre relative aisance se dissoudrait immédiatement dans la misère générale. Sous de multiples réserves, nous sommes peut-être riches en tant que Français ou Allemands : mais, si nous nous sentions le moins du monde citoyens de l'univers, ce serait pour découvrir que nous sommes comme tels étrangement pauvres. Et dès lors même si le secteur bien réduit qui accède peu à peu à quelque opulence était moins avare de sa substance, il n'est pas certain que nous serions en mesure de renverser la situation des autres pays ou même d'améliorer substantiellement le sort de la totalité de leurs habitants.

À l'image des relations entre les privilégiés et les défavorisés dans les sociétés dites opulentes, les rapports entre pays riches et pays pauvres sont affectés d'une grande hypocrisie : nous essayons de nous donner bonne conscience par l'octroi d'une aide qui, sans même parler des avantages qu'en retirent nos économies, n'implique pas beaucoup de [p. 606] sacrifices pour la consommation privée. Mais il est possible et pour ma part je dirai probable que nous péchions par présomption en nous croyant capables d'entreprendre des tâches qui, le ferions nous avec sincérité et aux prix de sacrifices bien plus lourds, dépasseraient tout de même nos possibilités. Je n'entends pas par ces remarques conseiller l'abstention mais il ne me paraît pas inutile de suggérer plus de modestie dans l'évaluation de notre apport dont chacun connaît désormais la faible valeur économique.

Les choses étant ce qu'elles sont, je ne crois pas que les consommateurs des pays riches ou en voie d'accéder à la richesse accepteraient les privations impliquées par l'octroi aux pays sous-développés d'un concours ayant quelque rapport avec l'ampleur des problèmes à résoudre. Si, par une mutation qui ne semble imprévisible, un tel programme trouvait une adhésion suffisante, c'est encore une économie planifiée qui serait la mieux apte à en répartir équitablement la charge.

*
* *

Sous quelque angle qu'on l'envisage, le problème de la consommation n'est pas dissociable des attitudes générales de l'homme à l'égard de la vie sociale. C'est, au plein sens de l'expression, un problème politique, l'un des aspects essentiels des luttes politiques de notre temps. Beaucoup, sans contester les terribles défauts des sociétés acquiescentes, estiment qu'elles sont en harmonie avec la nature humaine et correspondent le mieux à ce que les hommes attendent de la vie collective. Et de tous les arguments appuyant cette affirmation, le conformisme à l'égard des structures et mécanismes capitalistes dont témoigne aujourd'hui une si large part de la gauche européenne n'est pas le moins fort.

Tout bien pesé, beaucoup des indices disponibles, la plupart peut-être, confirment cette position. La société acquiescente a beaucoup de chances de durer si la classe dirigeante a assez d'intelligence pour accepter le minimum de dirigisme et d'entorses à la règle du jeu capitaliste qui, avec le secours d'un puissant volant de dépenses militaires, sont susceptibles d'empêcher la survenance de crises graves. Mais ces indices n'interdisent pas absolument de penser qu'un jour, sous l'effet d'une cause ou d'une autre, les hommes de nos pays se lasseront de la dictature de l'argent et qu'ils seront ensuite capables, au prix de beaucoup de tâtonnements et d'erreurs, de construire une société où prendront fin les aliénations destructives de la liberté. Alors, mais seulement alors, je crois qu'il sera possible de parler de bonheur commun.

[p. 607]

BIBLIOGRAPHIE

[Retour à la table des matières](#)

CET OUVRAGE est le produit d'une enquête menée auprès de nombreux groupements de consommateurs à vocation nationale et internationale, de plusieurs administrations publiques en divers pays, de quelques organisations intergouvernementales. Le matériel employé, qu'il s'agisse de l'utilisation de la documentation fournie par les intéressés ou de l'exploitation de renseignements obtenus par correspondance et lors d'entretiens a très souvent un caractère de source.

Le sujet n'ayant jamais fait l'objet d'une étude d'ensemble, le recours à une telle méthode dont les mérites et les défauts sont bien connus s'avérait inévitable.

Cependant, j'ai aussi procédé à un assez vaste dépouillement bibliographique dont les résultats ont été assez limités quant au propos de cet ouvrage. En vue de fournir au lecteur une juste idée des domaines explorés lors de la préparation de ce livre, je donne ci-dessous une sélection, que je me suis efforcé de rendre significative, des travaux consultés (beaucoup d'autres étant mentionnés dans les notes de chapitre).

*
* * *

ABBOT (J.C.) — *Les problèmes de la commercialisation et leurs solutions*. — Rome, Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, 1958.

ABEILSON (H.I.) — *Persuasion*. How opinions and attitudes are changed. Londres, Crosby Lockwood, 1960.

ADAM (D.) — *Les réactions du consommateur devant les prix*. Contribution aux études de comportement. — Paris, Société d'Édition d'Enseignement Supérieur, 1958.

Agricultural Commodities — Projections for 1970. — Rome, Food and Agricultural Organization of the United Nations, 1962 (*FAO Commodity Review, 1962, Special supplement*.)

[p. 608]

Aide alimentaire. Son rôle dans le développement économique, — Paris, O.C.D.E., 1963.

ALEXANDER (P.) — *Les radiations atomiques et la vie*. Traduit de l'anglais. — Paris, Gauthiers-Villars, 1960.

- Alimentation* (L') — Bruxelles, Institut de Sociologie Solvay, 1955. (XXIV^e Semaine sociale universitaire, 18-23 octobre 1954.)
- Annuaire de la coopération* 1963 (Fédération Nationale des Coopératives de consommation).
- ANOUIL (G.) — *Les secrets du logement*. — Paris, Société des Éditions Modernes, s.d.
- ANTONELLI (E.) — *Les problèmes de structures. Communisme et Hors série*. — Montpellier Imprimerie Reschly s.d. (Études d'économie humaniste, tome V.)
- Aspetti e problemi dell'alimentazione*. Seconda edizione. — Roma, Unione Nazionale Consumatori, 1963.
- AVENEL (Vte G. D') — *Le nivellement des jouissances*. — Paris, Flammarion, 1913.
- BAUCHET (P.) — *La planification française. Quinze ans d'expérience*. — Paris, Éditions du Seuil, 1962.
- BEAUCHARD (P.) — *Les menaces de la prospérité. La mystique du plan*. — Paris, Arthaud, 1963.
- BELLEVILLE (P.) — *Une nouvelle classe ouvrière*. — Paris, Julliard, 1963.
- Besoins et moyens de l'Europe*. Tendances et perspectives de dix huit pays. Traduit de l'anglais. — Paris, Berger-Levrault, 1962.
- BLANC (G.) — *Le consommateur dans l'organisation de l'économie*. Consommation libre ou consommation dirigée ? — Paris, Librairie Générale de Droit et de jurisprudence, 1945.
- BOCCA (G.) — *La scoperta dell'Italia*. — Bari, Laterza, 1963.
- BONIFACE (J.) — *Arts de masse et grand public*. La consommation culturelle des Français. — Paris, Les Éditions Ouvrières, 1961.
- BRODSKY (A.) — *L'organisation de la consommation*. — Université Libre de Bruxelles, 1961.
- BROUSSE (H.) — *Le niveau de vie en France*. 2^e édition. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 371.)
- BROWN (J.A.C.) — *Techniques of persuasion*. From propaganda to brain washing. — Penguin Books, 1963.
- Bureau International du Travail — *Enquêtes sur les conditions de vie des familles*. Recueil de monographies. — Genève, 1961.
- COA-PINNA (V.) — *Le prospettive dei consumi alimentari in Italia 1965-1970-1975*. — Milan, Giuffré, 1962.
- CASTRO (J. DE) — *Géopolitique de la faim*. Nouvelle édition revue et augmentée. Paris, Les Éditions Ouvrières, 1956.
- [p. 609]
- CAZENEUVE (J.) OULIF (J.) — *La grande chance de la télévision*. — Paris, Calmann-Lévy, 1963.

- CAZES (B.) — *La planification en France et le IV^e Plan*. — Paris, Éditions de l'Épargne, 1962.
- CENTRE D'ÉTUDES DES RELATIONS SOCIALES DE L'UNIVERSITÉ D'AIX-MARSEILLE — *Sécurité sociale et conflits de classe*. — Paris, Les Éditions Ouvrières, 1962.
- CÉPÈDE (M.), LENGELLÉ (M.) — *L'économie de l'alimentation*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1954. (Que sais-je ? 639.)
- CÉPÈDE (M.), LENGELLÉ (M.) — *Économie alimentaire du globe*. Essai d'interprétation. — Paris, Librairie de Médecis, 1953.
- CHAMBRE DE COMMERCE DE MARSEILLE — *Une enquête sur la consommation à Marseille*. — 1963.
- CHAUMELY (J.), HUISMAN (D.) — *Les relations publiques*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 966.)
- CHÈNE (P.) — *Les régimes alimentaires*. 3^e édition. — Paris, Presses Universitaires de France, 1958. (Que sais-je ? 178.)
- CHESKIN (L.) — *Why people buy*. Motivation research and its successful application. — Londres, Business Publications, 1959.
- CHOCHOLLE (R.) — *Le bruit*. Paris, Presses Universitaires de France, 1960. (Que sais-je ? 855.)
- CHOMBART DE LAUWE (P.-H.) — *La vie quotidienne des familles ouvrières*. (Recherches sur les comportements sociaux de consommation). — Paris, Centre National de la Recherche Scientifique, 1956.
- CIANETTI (E.) — *Problemi attuali della produzione e del consumo*. — Rome, Editrice Studium, 1960.
- CIRIACY-WANTRUP (S.V.) — *Resource conservation Economics and policies*. — Berkeley. University of California Press, 1952.
- CLARK (L.H.) ed. — *Consumer behavior*. Research on consumer reactions. New York, Harper, 1954.
- COLAS (R.) — *La pollution des eaux*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 893.)
- COMET (P.) — *L'hôpital public*. — Paris, Berger-Levrault, 1960.
- Communications françaises au XXV^e Congrès international contre l'alcoolisme* (Istanbul 10-15 septembre 1956). — Paris, Présidence du Conseil et ministère des Affaires Sociales, s.d.
- « Concentration (La) commerciale en France ». *Économie et Politique*, février-mars 1964: 15-151.
- « Consommation (La) ». *Revue Économique*, mars 1961 : 161-358.
- « Consommation (La) des ménages en Bretagne ». *Bulletin de Conjoncture Régionale* (VI^e Région économique), juillet-décembre 1962 : 135-231.
- Consumi* (I). *L'Economia*, mars 1962 : 1-128.

[p. 610]

COREY (L.) — *La viande et l'homme*. De l'expérience américaine aux besoins mondiaux. Traduit de l'anglais. — Paris, Les Éditions Ouvrières, 1961.

COUSTOU (F.) — *Le visa des spécialités pharmaceutiques*. Aspects technique et juridique. Droit comparé. — Paris, Librairies Techniques, 1963.

DÉFOSSÉ (G.) — *La place du consommateur dans l'économie dirigée*. 2^e édition refondue. — Paris, Presses Universitaires de France, 1941.

DEHOVE (R.) — *La réglementation des produits alimentaires et non alimentaires et la répression des fraudes*. 4^e édition. — Paris, Commerce-Éditions, 1961.

DELAMOTTE (G.) — *La santé des Français*. Les grandes maladies. L'équipement sanitaire. — Paris, Les Éditions Sociales Françaises, 1962.

DELORS (J.) — *Évolution de la consommation des particuliers au cours des prochaines années*. (Rapport présenté au Conseil Économique et Social en date du 7 juin 1960.)

DEROBERT (L.) — *L'Économie de l'alcoolisme*. — Paris, Institut National d'Hygiène, 1953.

DICHTER (E.) — *La stratégie du désir*. Une philosophie de la vente. Traduit de l'Allemand. — Paris, Fayard, 1961.

« Données et problèmes de la lutte ouvrière », *Les Temps Modernes*, septembre-octobre 1962 : 385-736.

DORFLES (G.) — *Simbolo comunicazione consumo*. — Turin Einaudi, 1962.

DOUGLAS (J.W.B.) — *The Home and the school*. — Londres, MacGibbon and Kee, 1964.

DRUCKER (P.F.) — *The new society*. The anatomy of the industrial order. New York, Harper, 1949.

DUFF (Major-general A.C.) — *Britain's new towns*. An experiment in living. — Londres, Pall Mall press, 1961.

DUMAZEDIER (J.) — *Vers une civilisation du loisir ?* — Paris, Éditions du Seuil, 1962.

DUPUIGREMET-DESROUSILLES (G.) — *Niveaux de vie et coopération économique dans l'Europe de l'Ouest*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962.

Économie (L') collective. — Liège, Éditions du Centre International de Recherches et d'Informations sur l'Économie Collective, 1960. (Seconds mélanges d'économie politique et sociale offerts à Edgard Milhaud.)

« Économie et consommation ». *Revue de l'Action Populaire*, juillet-août 1960 : 771-832.

EICHER (J.C.) — *Consommation et épargne*. Théorie de la fonction de consommation. — Paris, Sirey, 1961.

Évaluation (L') et le rôle des besoins des biens de consommation dans les divers régimes économiques. — Paris, Centre National de la Recherche Scientifique, 1963 (colloque de Grenoble, 11-15 septembre 1961).

[p. 611]

Exigences (Les) humaines du développement de l'aménagement de la Région parisienne. Rapports du colloque de Vincennes, 8-9 mai 1963, (ronéoté). Supplément au n° 44 de *Correspondance Municipale*.

Famille d'aujourd'hui. Situation et avenir. — Lyon, Chronique Sociale de France, 1958. (XLIV^e Semaine sociale de France, Bordeaux, 1957.)

Femme (La) dans la société. Son image dans différents milieux sociaux. — Paris, Centre National de la Recherche Scientifique, 1968. (Travaux du groupe d'ethnologie sociale.)

FENIZIO (F. DI) — *Le leggi dell' Economia. La funzione del consumo.* Seconda edizione ampliata. — Milan, L'Industria, 1960,

FERRANDO (R.) — *Alimentation et équilibre biologique.* — Paris, Flammarion, 1961.

Final report of the Committee on Consumer Protection. Presented to Parliament... July 1962. — Londres, H.M.S.O., Cmnd 1781.

Fortune (The editors of) — *The changing American market.* — New York (1955).

Fortune (The editors of) — *Why do people buy ? A close look at selling. The great unsolved problem of American business.* — New York, Mc Graw-Hill, 1953.

FOURASTIÉ (J.), COURTHÉOUX (J.-P.) — *La planification économique en France.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1963.

« Français (Les) et leur médecin ». *Sondages* 1 et 2, 1960 : 1-130.

FRANCK (L.) — *La libre concurrence.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1963. (Que sais-je ? 1063.)

FRANCK (L.) — *Les prix.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1957. (Que sais-je ? 762.)

FURON (R.) — *Le problème de l'eau dans le monde.* — Paris, Payot 1963.

GALBRAITH (J.K.) — *L'ère de l'opulence.* Traduit de l'anglais. — Paris, Calmann-Lévy, 1961.

GALLINO (L.) — *Indagini di sociologia Economica.* — Milan, Comunità, 1962.

GEMMELGAARD (S.) — *Le système des prix imposés.* — Paris, O.E.C.E., novembre 1958.

GEORGE (P.) — *Géographie de la consommation.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1963. (Que sais-je ? 1062.)

GERACI (F.) — *Costi di distribuzione e sfasamento dei prezzi in Italia.* — Rome, Unione Nazionale Consumatori, 1961

Grands (Les) ensembles d'habitation. La Documentation Française. Notes et Études Documentaires 3004, 29 juin 1963.

GRÉVISSE (S.), QUESTIAUX (N.), MORISOT (M.) ... — *Succès et faiblesse de l'effort social français.* Préface et conclusion de P. LAROQUE. — Paris, Armand Colin, 1961.

[p. 612]

GUELAUD-LERIDON (F.) — *Le travail des femmes en France.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1964. (Institut National d'Études Démographiques.)

GUNDREY (E.) — *Your money's worth.* — Penguin Books, 1962.

HACKETT (J.), HACKETT (A.M.) — *Economic planning in France.* — Londres, Allen and Unwin, 1963.

HAMILTON (D.) — *The consumer in our Economy.* — Boston, Houghton Mifflin, 1962.

HARRISON (R.) — *Animal machines.* — Londres, V. Stuart, 1964.

HATZFELD (H.) — *Le grand tournant de la médecine libérale.* — Paris, Les Éditions Ouvrières, 1963.

HEIM (R.) — *Destruction et protection de la nature.* — Paris, Armand Colin, 1952.

HELPNER (H.W.) — *Modern marketing.* Dynamics and management. — New York, Mc Graw-Hill, 1955.

HENRY (H.) — *L'étude de motivation.* Sa pratique et ses applications comme instrument de la politique de production, de ventes et de publicité. Traduit de l'anglais. — Paris, Compagnie Française d'Éditions, 1959.

HOGGART (R.) — *The uses of literacy.* Aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments. — Penguin Books, 1958.

Humanité et subsistance. Annales Nestlé 1961. (Colloque de Vevey, 21-23 avril 1960.)

Institutions (Les) sociales de la France. — Paris, La Documentation Française, 1963.

ISTITUTO PER LE PUBBLICHE RELAZIONI — *Le relazioni fra aziende e consumatori finali.* — Milan, L'Ufficio Moderno, 1961.

JACKSON (B.), MARSDEN (D.) — *Education and the working class.* Londres, Routledge, 1962.

JATON (M.) — *La protection des marques de haute renommée au regard du droit suisse.* — Lausanne, 1961. (Thèse de l'Université de Lausanne Faculté de Droit.)

JEFFERYS (J.B.), KNEE (D.) — *Retailing in Europe.* Present structure and future trends. — Londres, Macmillan, 1962. Traduit en français sous le titre *Le commerce de détail en Europe.* — Paris, Presses Universitaires de France, 1964.

- KAËS (R.) — *Les ouvriers français et la culture*. Enquête 1958-1961. — Paris, Librairie Dalloz, 1962. (Publication ronéographiée de l'Institut du Travail de la Faculté de Droit et des Sciences Politiques et Économiques de l'Université de Strasbourg.)
- KAËS (R.) — *Vivre dans les grands ensembles*. — Paris, Les Éditions Ouvrières, 1963. [p. 613]
- KATONA (G.) — *The powerful consumer*. Psychological studies of the American Economy. — New York, Mc Graw-Hill, 1960.
- LACROIX (J.), CUSTOT (F.) — *Le consommateur face au progrès technique*. — Paris, Fédération Nationale de Coopératives de Consommation, 1962. (Rapports présentés au Congrès national, Vichy, juin 1962.)
- LACROIX (J.) — *La distribution coopérative en France*. — Paris, Les Éditions de Minuit, 1957.
- LAGUIONIE (P.) — *Étude des statistiques de la consommation*. (Rapport présenté au Conseil Économique et Social en date du 7 mai 1963.)
- LASSERRE (G.) — *Socialiser dans la liberté*. La vocation de l'Europe. — Paris, Albin Michel, 1949.
- LASSERRE (G.) — *La coopération*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1959. (Que sais-je ? 821.)
- LASSERRE (G.) — *L'expérience coopérative de démocratie économique*. Paris, Fédération Nationale des Coopératives de consommation, s.d.
- LASSERRE (G.) — *Le secteur coopératif et la protection des consommateurs*. Paris, Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, s.d.
- LASSERRE (G.) — *Coopératives contre cartels et trusts*. L'expérience suédoise. — Paris, Fédération Nationale des Coopératives de Consommation, 1956.
- LATOUR (A.) — *Les magiciens de la mode*. — Paris, Julliard, 1961.
- LAURENT (J.) — *La pharmacie en France*. Étude de géographie économique. Thèse principale pour le Doctorat ès Lettres. — Paris, 1959.
- LAVERGNE (B.) — *L'hégémonie du consommateur*. Vers une rénovation de la science économique. — Paris, Presses Universitaires de France, 1958.
- LECERF (J.) — *La percée de l'économie française*. — Paris, Arthaud, 1963.
- Le comportement de l'acheteur des produits alimentaires*. Comment la ménagère fait son marché. — Paris, O.E.C.E., mai 1958.
- LEDERMANN (S.) — *Alcool, alcoolisme, alcoolisation*. Données scientifiques de caractère physiologique, économique et social. — Paris, Presses Universitaires de France, 1956. (Institut National d'Études Démographiques.)
- LEFORT (M.) — *Les radiations nucléaires*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1959. (Que sais-je ? 844.)
- LENGELLÉ (M.) — *La consommation*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1956. (Que sais-je ? 697.)

- LEONARD — *Demain*. La vie quotidienne en 1970. — Neuchâtel, Éditions de la Baconnière, 1963.
- LERNER (Max) — *La civilisation américaine*. Traduit de l'américain. — Paris, Éditions du Seuil, 1961.
- LERY (F.) — *L'alimentation*. — Paris, Éditions du Seuil, 1962.
- « Les contrôles de qualité » et « La politique de la qualité ». *Hommes et commerce*. 44 et 45. (Journées d'études de Qualité-France 1957.)
[p. 614]
- LHOMME (J.) — *Utilisation, gaspillage, prodigalité*. Essai d'une classification rationnelle entre les divers emplois des biens. — Paris, Librairie de Médicis, 1946.
- LIPSET (S.M.) — *L'homme et la politique*. Traduit de l'américain. — Paris, Éditions du Seuil, 1963.
- LÖHR VON WACHENDORF (F.) — *L'Homme et les fléaux*. Traduit de l'allemand. — Paris, La Table Ronde, 1954.
- LOI (M.) — *Le désastre scolaire*. — Paris, Éditions Sociales, 1962.
- LORIDON (P.) — *Les aspects juridiques de la lutte contre le bruit*. — Lyon, Éditions de l'AGEL, 1963. (Thèse ronéotée de la Faculté de Droit et de Sciences Économiques de l'Université de Lyon.)
- MACKENNAN (M.) — « French planning : some lessons for Britain ». *Planning*, 9 septembre 1963 : 325-400. (Publication de Political and Economic Planning.)
- MAHÉ (A.) — *Aliment normal, source de santé*. — Paris, P. Horay, 1960.
- MAIRE (L.), DEBRÉ (R.), DUMONT (R.) ... — *La faim*. — Neuchâtel, Éditions de La Baconnière 1960. (Rencontres Internationales de Genève.)
- MALIGNAC (G.) — *L'alcoolisme*. 3^e édition. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 634.)
- MALLET (S.) — *La nouvelle classe ouvrière*. — Paris, Éditions du Seuil, 1963.
- MARCUS-STEIFF (J.) — *Les études de motivation*. — Paris, Hermann, 1961.
- MAY (Docteur) — *Problème de l'alcoolisme* (Rapport présenté au Conseil Économique et Social en date du 20 janvier 1959.)
- « Médecins (Les) vous parlent de la médecine. Enquête et propositions ». *Esprit*, février 1957 : 161-387.
- « Médecine (La) et les médecins ». *La Nouvelle Critique*, mai 1961 : 25-117.
- MILLAR (R.) — *The affluent sheep*. Profile of the British Consumer. — Londres, Longmans, 1963.
- MIOT (P.) — *Le régime économique de l'alcool*. — Paris, Berger-Levrault, 1962.
- MORICE (J.) — *La demande d'automobile en France*. Théorie. Histoire. Répartition géographique. Prévisions, — Paris, Armand Colin, 1957.

- MORICHAU-BEAUCHANT (J.) — *La santé dans le monde*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1958 (Que sais-je ? 782.)
- Motivation research and depth communication*. — Rüschlikon (Suisse), The Green Meadow Foundation, 1960. (Actes d'une conférence tenue en 1959.)
- MOROT DE PAZZIS (H.), ILIOVICI (J.) — *L'éducation des ménagères dans le monde*. Recherches et Information. — Paris, Les Éditions Sociales Françaises, 1956.
- [p. 615]
- MUNTHE (P.) — *La liberté d'accès à l'industrie et au commerce*. — Paris, O.E.C.E., novembre 1958.
- NAVILLE (P.) — *Vers l'automatisme social ? Problèmes du travail et de l'automatisme*. — Paris, Gallimard, 1963.
- OGILVY (D.) — *Confessions of an advertising man*. — Londres, Longmans, 1964.
- Organisation (L') de la qualité pour le marché*. — Paris, Conseil National du Patronat Français, 1960.
- « Organisation (L') de la médecine dans la société d'aujourd'hui ». *Synthèses*, janvier-février 1961 : 334-476. (Débat contradictoire du 5 novembre 1960.)
- OSBORN (F.) — *La planète au pillage*. — Paris, Payot 1949.
- PACKARD (V.) — *L'art du gaspillage*. Traduit de l'américain. — Paris, Calmann-Lévy, 1962.
- PACKARD (V.) — *La persuasion clandestine*. Traduit de l'américain. — Paris, Calmann-Lévy, 1958.
- PAWLEY (W.H.) — *Possibilités d'accroître la production alimentaire mondiale*. — Rome, Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, 1963.
- PEQUIGNOT (H.) — *Médecine et monde moderne*. — Paris, Les Éditions de Minuit, 1953.
- PERRROUX (F.) — *Économie et société*. Contrainte – Échange – Don. — Paris, Presses Universitaires de France, 1960.
- PERROUX (F.) — *Le IV^e plan français*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 1021.)
- PETIT (J.) — *La Direction Générale des Prix et des Enquêtes Économiques*. — Paris, 1962. (Mémoire ronéoté présenté à l'Institut d'Études Politiques de l'Université de Paris).
- PICARD (J.) — *Problèmes posés par les circuits de distribution*. L'information des consommateurs. (Rapport présenté au Conseil Économique et Social en date du 7 juin 1960.)
- PILLET (Antoine) — *Les grandes marques*. — Paris, Presses Universitaires de France, 1962. (Que sais-je ? 991.)
- Plan (Le) Sauvy*. Commenté par LE BRUN (P.), LEVARD (G.), MALTERRE (A.) ... — Paris, Calmann-Lévy, 1960.

- POTTER (D.M.) — *People of plenty*. Economic abundance and the American character. The Chicago University Press, 1954.
- Pour un programme de santé*. Travaux des journées d'études organisées par le parti communiste français. Choisy-le-Roy 31 mars – 1^{er} avril 1962. Supplément au n° 139 de *La Nouvelle Critique*.
- PREDEITI (A.) — *Studio sul comportamento del consumatore*. Nuovi orientamenti. — Milan, L'Industria, 1961.
- [p. 616]
- Problèmes (Les) de la planification*. — Bruxelles, Institut de Sociologie, 1962. (Colloque de janvier 1962.)
- QUIRIELLE (L. DE) — *Les nouveaux ensembles immobiliers*. — Paris, Berger-Levrault, 1960.
- REY (J.F.), MARROT (J.), WEISS (R.) ... — *Où va la médecine ?* Essai sur l'art médical. Les essais de *La nouvelle critique* (9^e volume). — Paris, 1962.
- RIVES (M.) — *Traité d'économie commerciale*. 3 vol. — Paris, Presses Universitaires de France, 1958.
- ROSS (I.) — *The image merchants*. The fabulous world of American public relations. — Londres, Weidenfeld and Nicolson, 1960.
- RUSSELL (Sir E.J.) — *World population and world food supplies*. — Londres, Allen and Unwin, 1954.
- SALMON (R.) — *L'information économique clé de la prospérité*. Un inventaire critique des moyens actuels d'information économique en France. — Paris, Hachette, 1963.
- SANDEE (J.) ed. — *Europe's future consumption*. — Amsterdam, North-Holland Publishing Company, 1963.
- Santé et société*. Les découvertes sociales et la médecine sociale au service de l'homme. — Lyon, Chronique Sociale de France, 1951. (XXXVIII^e Semaine sociale de France, Montpellier, 1951.)
- SAPPER (K.) — *L'alimentation de l'humanité*. Son économie, sa répartition, ses possibilités. Traduit de l'allemand. — Paris, Payot, 1942.
- SARANO (J.) — *Médecine et médecins*. — Paris. Éditions du Seuil, 1959.
- SAUVY (A.) — *Malthus et les deux Marx*. Le problème de la faim et de la guerre dans le monde. — Paris, Denoël, 1963.
- SCHOECK (H.) ed. — *Financing Medical Care*. — Caldwell (Idaho), Caxton Printers, 1962.
- SCHWAB (G.) — *La danse avec le diable*. Un interview fantastique. Traduit de l'allemand. — Paris, Éditions du Vieux-Colombier, 1963.
- SIMMONS (L.W.), WOLFF (H.G.) — *Social science in medicine*. — New York, Russel Sage Foundation, 1954.

- « Socialisme et Planification ». *Cahiers d'Études Socialistes* 18-19, 1^{er} 15 juillet 1962 ; 25-26, 1^{er} 15 mars 1963.
- STEVENS (H.) — *Précis d'hygiène alimentaire*. — Paris, Les Éditions Sociales Françaises, 1958.
- SUSSER (M.W.), WATSON (W.) — *Sociology in medicine*. — Londres, Oxford University Press, 1962.
- TAYLOR (Lord), SIDNEY (C.) — *Mental health and environment*. — Londres, Longmans, 1964.
- Techniques (Les) de l'étude des marchés en Europe*. — Paris, O.E.C.E., septembre 1956.
- [p. 617]
- TEILLAC (M.) — *Le contrôle technique de qualité*. — Paris, Éditions de l'Entreprise Moderne, 1961.
- TIBALDI (G.C.) — *Lo studio del consumatore*. — Istituto Editoriale Cisalpino, 1960.
- TITMUS (R.M.) — *Income distribution and social change*. — Londres, Allen and Unwin, 1963.
- TOTI (G.) — *Il tempo libero*. — Rome, Editori Reuniti, 1961.
- UHRICH (R.) — *Super-marchés et usines de distribution*. Hier aux États-Unis, aujourd'hui en France. — Paris, Plon, 1962.
- VERDIER (R.) — *Les relations publiques*. Information et action. — Paris, Éditions de l'Entreprise Moderne, 1959.
- Vers une nouvelle civilisation urbaine* — Paris, Fayard, mars 1962. (Recherches et débats du Centre Catholique des Intellectuels Français).
- Villes (Les) nouvelles en Grande-Bretagne*. La Documentation Française. Notes et Études Documentaires 2843, 19 décembre 1961.
- VINOT (P.) — *Expansion et monnaie saine dans une société de liberté*. — Paris, Nouvelles Éditions Latines, 1960.
- VISCHER (W.) — *Naturschutz in der Schweiz*. — Bâle, Verlag S.B.N., 1946.
- VOGT (W.) — *La faim du monde*. Traduit de l'américain. — Paris, Hachette, 1950.
- WARMER (W. L.) — *American life*. Dream and reality. Revised Edition. The University of Chicago Press, 1962.
- ZAHN (E.) — *Soziologie der Prosperität*. — Cologne-Berlin, Kiefenheuer und Witsch, 1960.
- ZAPPA (G.) — *L'Economia delle aziende di consumo*. — Milan, Ciuffré, 1962.