



Des empires aux objets : la fabrique des consommateurs

Marie-Emmanuelle Chessel

► To cite this version:

Marie-Emmanuelle Chessel. Des empires aux objets : la fabrique des consommateurs : À propos de Frank Trentmann, Empire of Things: How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First, Londres, Allen Lane, 2016. Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine, 2017, 64 (1), pp.166 - 174. 10.3917/rhmc.641.0166 . hal-01963198

HAL Id: hal-01963198

<https://sciencespo.hal.science/hal-01963198>

Submitted on 4 Feb 2022

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

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

DES EMPIRES AUX OBJETS : LA FABRIQUE DES CONSOMMATEURS

À propos de : Frank Trentmann, *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first* Londres, Allen Lane, 2016, 862 p., ISBN 978-0-7139-9962-4

[Marie-Emmanuelle Chessel](#)

Belin | « [Revue d'histoire moderne & contemporaine](#) »

2017/1 n° 64-1 | pages 166 à 174

ISSN 0048-8003

ISBN 9782410008623

DOI 10.3917/rhmc.641.0166

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-d-histoire-moderne-et-contemporaine-2017-1-page-166.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Belin.

© Belin. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Des empires aux objets : la fabrique des consommateurs

À propos de : **FRANK TRENTMANN**,

Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first

Londres, Allen Lane, 2016, 862 p., ISBN 978-0-7139-9962-4

Marie-Emmanuelle CHESSEL

Important ouvrage de synthèse et de recherche sur l'histoire de la consommation, le dernier ouvrage de Frank Trentmann est à la fois révélateur de la carrière de l'auteur et de l'évolution d'un champ de recherche. Chercheur polyglotte – d'origine allemande, il a étudié en Allemagne, en Grande-Bretagne, aux États-Unis, et enseigne à présent à Birkbeck College (université de Londres), après avoir séjourné à l'Institut universitaire européen de Florence, dans des universités allemandes ou suisses, ou encore avoir été invité à l'École des hautes études en sciences sociales – il avait centré son précédent livre sur un objet précis : la défense du libre commerce dans la Grande-Bretagne du XIX^e siècle. Il y analysait des militants, défenseurs du *free trade*, plus que des consommateurs¹. Dans *Empire of Things*, qui s'ajoute à une quinzaine d'ouvrages dirigés ou co-dirigés, F. Trentmann élargit son approche de diverses manières². Consacrant plusieurs chapitres à la période moderne et à d'autres espaces, notamment l'Asie, il s'intéresse plus directement aux consommateurs et à leurs pratiques. Cette évolution nous semble représentative de l'historiographie de la consommation aujourd'hui. Il est impossible de résumer cette fresque de plus de 800 pages, articulée en deux parties, l'une chronologique, qui va de l'époque moderne à l'époque contemporaine, et l'autre thématique, qui passe en revue une grande diversité de sujets contemporains replacés dans une

1. Frank TRENTMANN, *Free Trade Nation. Commerce, Consumption and Civil Society in Modern Britain*, Oxford, Oxford University Press, 2008.

2. Il a dirigé ou co-dirigé quinze ouvrages depuis 2000, dont F. TRENTMANN (éd.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, Oxford University Press, 2012. Sur ce dernier : Marie-Emmanuelle CHESSEL, « Où va l'histoire de la consommation ? », *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 59-3, 2012, p. 150-157.

longue durée – du crédit à la consommation équitable, du gaspillage à la consommation des seniors. La dimension encyclopédique de l'ouvrage, qui entend rendre compte de trente années de travaux, rend tout résumé illusoire. On voudrait plus modestement insister ici sur trois points qui paraissent centraux pour comprendre l'enjeu de l'ouvrage : l'élargissement de l'histoire de la consommation, l'étude des pratiques de consommation, l'insistance sur les circulations³.

UNE DÉFINITION ÉLARGIE DE L'HISTOIRE DE LA CONSOMMATION

Alessandro Stanziani et d'autres historiens du travail ont récemment montré que la place de l'esclavage, la question du servage en Russie, et le droit du travail étaient pensés ensemble au XVIII^e siècle, alors qu'ils avaient été séparés ensuite par des historiographies spécifiques⁴. De la même manière, Frank Trentmann rapproche des historiographies qui ne sont généralement pas mises en dialogue, pour mieux comprendre la consommation. Il articule notamment les histoires des époques moderne et contemporaine, l'histoire économique des produits, l'histoire transnationale des Empires, l'histoire des États sociaux, l'histoire des techniques et de leurs usages, l'histoire de l'environnement, pour n'en citer que quelques-unes. On pourrait critiquer ce point en disant que l'histoire de la consommation ainsi conçue est l'histoire de tout... et dès lors, de rien de particulier. Mais cette démarche a le mérite de tisser des liens entre des champs de recherche qui ne dialoguent pas assez, et de renouveler ainsi l'histoire de la consommation. Cela signifie aussi que cet ouvrage n'aurait pas été le même s'il avait été écrit il y a dix ou vingt ans, car il est fortement nourri des travaux récents.

L'élargissement concerne d'abord l'objet de la recherche. L'étude ne se limite plus au moment de l'achat et aux acteurs marchands, qui ont longtemps intéressé les historiens de la consommation, en particulier à l'époque contemporaine. L'auteur examine de près tout le cycle de vie du produit, du désir à la poubelle ou au recyclage, en passant par la conception et la persuasion. Il souligne que l'achat sur le marché n'est pas le seul moyen d'acquérir un bien ou un service, et donc qu'il convient aussi de prendre en compte les cadeaux, les clubs de gymnastique sponsorisés, l'éducation ou l'aide sociale (p. 3). Il aurait pu ajouter qu'il faut désormais se pencher également sur le vol, le troc ou le don. L'élargissement concerne encore la chronologie étudiée. Les années 1950 et 1960 – généralement considérées comme centrales dans l'histoire de la consommation contemporaine en Occident – sont replacées dans une longue durée. On voit ici toutes les dettes que les historiens contemporanéistes ont accumulées envers leurs

3. La participation à divers séminaires autour de l'ouvrage a nourri cet article. Je voudrais remercier notamment Fabrice Bensimon, Manuel Charpy, Nicolas Delalande, Sophie Dubuisson-Quellier, Patrick Fridenson, Gilles Guiheux et Niklas Olsen. Voir aussi www.laviedesidees.fr/Un-monde-de-choses.html (novembre 2016).

4. Notamment Alessandro STANZIANI, *Bondage. Labor and Rights in Eurasia from the Sixteenth to the Early Twentieth Centuries*, Oxford, Berghahn, 2014.

collègues modernistes, depuis les travaux de Neil McKendrick, John Brewer et John H. Plumb dans les années 1980⁵, ou ceux de Daniel Roche en France⁶.

L'élargissement se situe également dans l'espace, puisque cette histoire ne concerne pas seulement la Grande-Bretagne ou les États-Unis, mais va de l'Italie du XV^e siècle à la Chine contemporaine, en passant par le Japon, l'Europe des régimes totalitaires des années 1930 ou les pays de l'Est avant 1989. On constate l'influence de travaux, nouveaux ou plus anciens, intégrés ici dans le cadre d'une histoire globalisée de la consommation. Pour ne prendre qu'un exemple, les recherches sur le quotidien et la consommation en Union soviétique ont commencé il y a une quinzaine d'années, mais elles apparaissent ici prises en compte au même titre que les recherches concernant les pays occidentaux, ce qui nuance nécessairement les conclusions d'ensemble, par exemple sur la place de l'État et la capacité d'adaptation des consommateurs⁷.

Enfin, l'élargissement concerne le nombre et les types d'acteurs étudiés, dont une partie est composée d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs. L'ouvrage cite les petits et les grands magasins, les publicitaires, les consultants, mais aussi les chiffonniers, les constructeurs des Empires, les réformateurs sociaux, les planificateurs urbains, les patrons d'entreprise ou bien les hommes politiques et les fonctionnaires qui prennent les décisions au sein des États. Dans cet ensemble, les consommateurs et les consommatrices jouent bien sûr un rôle central.

Au-delà de la critique de la consommation

F. Trentmann s'adresse non seulement aux historiens et aux chercheurs en sciences sociales, mais aussi aux citoyens. Aux premiers, il propose une lecture personnelle et critique d'un vaste ensemble de travaux. Il insiste sur la consommation à Florence ou en Chine au XV^e siècle, pour mieux redéfinir les nouveautés de l'évolution des XVII^e et XVIII^e siècles aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne. Il lit les *commodity biographies* – par exemple l'histoire du sucre, du coton ou du café – en incitant à mieux comparer les biens (p. 79)⁸. Il revisite l'histoire des

5. Neil MCKENDRICK, John BREWER, John H. PLUMB (éd.), *The Birth of A Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, Bloomington, Indiana University Press, 1982.

6. Daniel ROCHE, *Le peuple de Paris. Essai sur la culture populaire au XVIII^e siècle*, Paris, Aubier-Montaigne, 1981 ; ID., *La culture des apparences. Une histoire de vêtement, XVII^e-XVIII^e siècles*, Paris, Fayard, 1989 ; ID., *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles, XVII^e-XIX^e siècle*, Paris, Fayard, 1997. Voir aussi Philippe MINARD, « La révolution des objets. Une aventure humaine du XVIII^e siècle », *Critique*, 632-633, 2000, p. 64-73, et le manuel récent de Marjorie MEISS-EVEN, *La culture matérielle de la France, XVI^e-XVIII^e siècle*, Paris, Armand Colin, 2016.

7. Sheila FITZPATRICK, *Le stalinisme au quotidien. La Russie soviétique dans les années 1930* [1999], Paris, Flammarion, 2002. À ce sujet : Juliette CADIOT, « 1999 : Sheila Fitzpatrick redonne au totalitarisme sa quotidienneté », 2015, <http://40ans.ehess.fr/2015/09/03/2321/>. Voir aussi Larissa ZAKHAROVA, « Le quotidien du communisme : pratiques et objets », *Annales. Histoire, Sciences sociales*, 68-2, 2013, p. 305-314.

8. Sidney W. MINTZ, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, New York, Viking, 1985 (traduction française : *Sucre blanc, misère noire. Le goût et le pouvoir*, Paris, Nathan, 1991) ; Sven BECKERT, *Empire of Cotton: A Global History*, New York, Knopf, 2014.

grands magasins, en relativisant leur nouveauté sans nier la perception qu'ont pu en avoir les contemporains. Enfin il critique, après d'autres, les visions simplistes de l'«américanisation» de l'Europe au XX^e siècle.

Plus largement, aux citoyens, il montre que la société de consommation ne date pas des années 1960 et qu'elle n'est pas liée au néolibéralisme. Il s'oppose à l'analyse économique néoclassique, et critique vertement tous les «critiques» moralisateurs de la consommation, de Jean-Jacques Rousseau à Max Weber, sans oublier les «lois somptuaires» de la période moderne. Pour «défendre» la consommation contre des critiques «théoriques», il prend appui sur les faits. Aux économistes et aux moralistes, il préfère la démarche des sciences sociales ou des écrivains, et tous les textes qui parlent de la «réalité», de la pratique ou du quotidien.

Autrement dit, ce qui pourrait ressembler à une approche encyclopédiste, au vu des références citées – sachant qu'une bibliographie complémentaire est disponible en ligne⁹ – est en fait une approche sélective et personnelle. Le passage des discours normatifs aux pratiques induit une évolution importante en termes de méthodes : quelles sources pour étudier les pratiques des consommateurs ?

UNE HISTOIRE DES PRATIQUES DE CONSOMMATION

La volonté d'étudier les pratiques de consommation n'est pas neuve parmi les spécialistes de l'époque moderne dont s'inspire F. Trentmann. Le choix des sources en découle. L'utilisation des inventaires après décès est au fondement de la recherche. Ces listes permettent d'examiner les objets qui entrent dans les foyers, par exemple dans l'Italie de la Renaissance ou encore la Grande-Bretagne et les Pays-Bas aux XVII^e et XVIII^e siècles. On y découvre la porcelaine pour les riches et la vaisselle en cuivre ou en terre pour les plus pauvres, utilisées pour boire le thé ou le café. Au nord d'Amsterdam, dans la petite ville de Weesp, c'est entre 1700 et 1730 que les tasses et pots font leur apparition dans les inventaires (p. 87). De tels documents manquent pour étudier la Chine des XV^e et XVI^e siècles, et l'on dépend dès lors beaucoup plus du regard des observateurs (p. 46).

Même si les inventaires sont exploités par certains historiens du contemporain, par exemple dans la thèse récente d'Anaïs Albert sur les consommations ouvrières au début du XX^e siècle¹⁰, ces documents ont été peu utilisés jusqu'à présent. Dans *Empire of things*, F. Trentmann s'appuie sur d'autres sources et ouvre d'autres perspectives. Il se sert en effet des «enquêtes» de toutes sortes qui constituent autant d'éclairages pour une histoire des

9. www.bbk.ac.uk/history/our-staff/academic-staff/professor-frank-trentmann/BibliographyEmpireOfThingsDec2015.pdf.

10. Anaïs ALBERT, «Consommation de masse et consommation de classe. Une histoire sociale et culturelle du cycle de vie des objets dans les classes populaires parisiennes (des années 1880 aux années 1920)», thèse d'histoire, Paris 1, 2014.

pratiques. On pourrait presque lire cet ouvrage comme un exemple d'utilisation historienne des enquêtes sur la consommation aux XIX^e et au XX^e siècles¹¹ : il cite celles sur les budgets ouvriers du XIX^e siècle, inspirées par l'ingénieur français Frédéric Le Play ; il convoque les travaux d'Ernst Engel en Prusse ou d'autres études similaires menées à Boston sur des budgets en 1919 (p. 147-150)¹². On le sait, ces enquêtes donnent à voir à la fois des discours réformateurs sur la manière dont les gens devraient gérer leurs budgets, et des pratiques, l'étonnement des réformateurs étant souvent instructif sur ces dernières¹³.

F. Trentmann utilise aussi des « enquêtes littéraires » – celles d'Émile Zola par exemple – ainsi que des travaux de psychologie, des études sociologiques « officielles » (en Afrique du Sud, en Chine ou aux États-Unis), des investigations menées par des spécialistes des arts ménagers ou des industriels philanthropes. Il mobilise les enquêtes publiques, diligentées par les États¹⁴. Il fait en outre appel à de nombreuses reprises aux travaux de sociologues, ethnologues ou anthropologues¹⁵. Sans doute aurait-il pu ajouter les enquêtes menées par les mouvements chrétiens, ou développer son propos sur les enquêtes de marché, encore trop peu utilisées par les historiens de la consommation¹⁶.

11. Sur l'histoire des enquêtes au XIX^e siècle, entre autres : Dominique KALIFA, « Enquête et “culture de l'enquête” au XIX^e siècle », *Romantisme*, 149, 2010, p. 3-23 ; Christophe PROCHASSON, « L'enquêteur, le savant et le démocrate. Les significations cognitives et politiques de l'enquête », *Mil Neuf Cent*, 22, 2004, p. 7-14 ; Antoine SAVOYE, *Les débuts de la sociologie empirique : études socio-historiques (1830-1930)*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1994.

12. Il aurait pu citer l'influence de Frédéric Le Play en Chine : Sidney David GAMBLE, John Stewart BURGESS, *Peking. A Social Survey*, New York, Doran, 1921 (merci à Gilles Guiheux pour cette information). Voir aussi Shanghai Library, Bureau of Social Affairs, The City Government of Greater Shanghai, *Standard of living of Shanghai Laborers*, Shanghai, Chung Hwa Book, 1934, cité p. 361.

13. Anne LHUISSIER, *Alimentation populaire et réforme sociale. Les consommations ouvrières dans le second XIX^e siècle*, Paris, Éditions de la MSH et Éditions Quae, 2007.

14. On peut aussi penser aux enquêtes des organismes internationaux comme le BIT, l'OMS ou la FAO, les organisations patronales ou les organismes tels que le Conseil national économique, pour ne citer que quelques exemples : Alain CHATRIOT, *La démocratie sociale à la française. L'expérience du Conseil national économique, 1924-1940*, Paris, La Découverte, 2002 ; Marine DHERMY-MAIRAL, « Du danger des enquêtes savantes. Faire œuvre de science dans l'entre-deux-guerres au Bureau International du Travail », *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 62-4, 2015, p. 7-32.

15. Quelques exemples parmi d'autres : Ellen HELLMANN, *Rootyard: A Sociological Survey of an Urban Native Slum Yard*, Le Cap, Oxford University Press, 1948, cité p. 252 ; Benjamin Seeböhm ROWNTREE, George R. LAVERS, *English Life and Leisure: A Social Study*, Londres, Longmans et Green, 1951, cité p. 305-306 ; Yunxiang YAN, *Private Life under Socialism: Love, Intimacy and Family Change in a Chinese Village, 1949-1999*, Stanford, Stanford University Press, 2003, cité p. 369 ; Ronald Philip DORE, *City Life in Japan: A Study of a Tokyo Ward*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1958, cité p. 383.

16. Sur les enquêtes catholiques : Denis PELLETIER, « Engagement intellectuel catholique et médiation du social. L'enquête monographique de Le Play à Le Bret », *Mil neuf cent*, 13-1, 1995, p. 25-45 ; Cécile LHOTTE, Elisabeth DUPEYRAT, *La préparation du futur foyer de la jeune travailleuse. Une enquête de la JOCF*, Paris, Jeunesse ouvrière chrétienne féminine, 1937. Sur les enquêtes de marché, dans l'attente de l'ouverture aux chercheurs des « archives du marketing » (à l'université Paris-Dauphine) : Hartmut BERGHOF, Philip SCRANTON, Uwe SPIEKERMANN (éd.), *The Rise of Marketing and Market Research*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2012 ; Christoph CONRAD, « Observer les consommateurs. Études de marché et histoire de la consommation en Allemagne, des années 1930 aux années 1960 », *Le Mouvement social*, 206, 2004, p. 17-39 ; Ève LAMENDOUR, « Gérer l'erreur : le quotidien décisionnel d'un institut de sondages », *Entreprises et histoire*, 79, 2015, p. 160-173 ; Stefan SCHWARZKOPF, « In search of the consumer: the history of market research from 1890 to 1960 », in D. G. Brian JONES, Mark TADAJEWSKI (éd.), *The Routledge Companion to Marketing History*, Londres, Routledge, 2016, p. 61-83.

Ce travail contribue ainsi à une histoire des sciences sociales, et fait écho aux travaux qui revisitent aujourd'hui les enquêtes de budget inspirées des recherches de Le Play¹⁷. Autrement dit on s'intéresse moins à ce que ces enquêtes nous disent sur les réformateurs mais on s'interroge davantage sur ce qu'elles nous disent néanmoins – malgré tout – des pratiques étudiées et de la vie quotidienne. Ce lien entre histoire des enquêtes et histoire de la consommation nous semble fructueux pour l'avenir.

Le recours aux enquêtes permet d'insister sur la manière dont la consommation modifie la vie quotidienne : l'arrivée de la patate douce et du maïs transforme les manières de manger et les cultures en Chine (p. 27) ; les Britanniques et les Hollandais boivent plus de thé et fument de plus en plus de tabac : après avoir été des marchandises de luxe, les drogues exotiques deviennent des produits quotidiens au XVIII^e siècle (p. 78).

Cette insistance sur les pratiques incite en outre l'auteur à nous surprendre en décrivant des usages inattendus. Citons-en quelques exemples. À la fin du XIX^e siècle, en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, certains laissent couler l'eau pour économiser la lessive ou maintiennent les robinets ouverts en cas de gel – à cause des défauts des équipements en plomberie. Le gaspillage n'est donc pas une pratique récente, mais il est rendu possible par la genèse des infrastructures (p. 186). En 1913, à Mannheim en Allemagne, les élites s'habillent en tenue de soirée pour aller au cinéma, payant dix fois plus que les ouvriers pour être dans un box. Mais les ouvriers fréquentent aussi le cinéma, les concerts ou le théâtre, certains aimant à la fois les westerns et Wagner. Cet exemple, tiré d'une thèse de doctorat de sociologie du cinéma, va à l'encontre des idées reçues sur les pratiques culturelles des milieux populaires (p. 215). Enfin, terminons avec deux exemples issus d'enquêtes réformatrices. Dans les années 1930, les paysans de Shanghai sont proches de la grande pauvreté, mais ils dépensent pour se loger et se vêtir la moitié de leurs revenus. Ils achètent aussi du vin, des cigarettes, des cadeaux et des offrandes religieuses. Ils préfèrent mourir de faim plutôt que de réduire les dépenses lors des mariages et funérailles, au grand dam des réformateurs (p. 361). Au même moment aux États-Unis, les Italo-Américains absorbent une nourriture riche, composée notamment de pâtes, de viande et d'huile d'olive, qu'ils n'avaient pas en Italie car elle était réservée aux classes aisées. Les réformateurs américains ne comprennent pas non plus ces pratiques qui se prolongent lors des retours en Italie, au grand dam d'un Mussolini tentant de promouvoir la consommation du riz¹⁸.

17. Alain COTTEREAU, Moktar Mohatar MARZOK, *Une famille andalouse. Ethnocomptabilité d'une économie invisible*, Saint-Denis, Bouchène, 2012 ; Matthieu BREJON DE LAVERGNÉE, A. SAVOYE (éd.), « L'intelligence de la pauvreté. Régulations sociales et usages de l'argent en milieu populaire (XIX^e-XXI^e siècle) », dossier de la revue *Les Études Sociales*, 164, 2016. Merci à Stéphane Baciocchi pour ses commentaires experts sur les enquêtes.

18. Phyllis H. WILLIAMS, *South Italian Folkways in Europe and America. A Handbook for Social Workers, Visiting Nurses, School Teachers and Physicians*, New Haven, Yale University Press, 1938, cité p. 598-599.

CIRCULATIONS

Comme lors du dernier exemple cité à propos des Italo-Américains, *Empire of Things* nous parle de circulations. L'auteur prend en considération ce qui circule – les biens, les gens, les goûts – mais aussi ce qui ne circule pas.

Les livres, la soie ou le chocolat circulent à l'époque moderne, mais il faut parfois transformer une pratique pour la rendre acceptable. F. Trentmann cite l'exemple passionnant du chocolat, pratique de consommation indienne importée par les jésuites et les dominicains, mais qui est partiellement teintée d'impureté en Espagne. Pour devenir acceptable, la préparation du chocolat est « déguisée » par les élites européennes, avec plus de sucre et moins d'épices. Ce breuvage est désormais consommé dans des tasses en porcelaine (p. 84). Les personnes circulent aussi dans l'ouvrage. C'est le cas par exemple de l'architecte moderniste allemand Bruno Haut, constructeur d'immeubles à Berlin sous la République de Weimar, qui se réfugie au Japon en 1933. Au ^{xx}e siècle, conclut l'auteur, la rationalisation des intérieurs se développe de manière comparable en Europe, aux États-Unis ou au Japon (p. 222-223). À cet égard, F. Trentmann s'inscrit dans une historiographie qui relativise la spécificité du Japon et l'intègre au contraire dans une histoire sociale plus globale¹⁹. Enfin, les institutions et pratiques réformatrices voyagent dans cet ouvrage, comme le montre l'exemple de l'« *ombudsman* », médiateur qui protège le consommateur contre les mauvaises pratiques de l'État : inventé en 1809 en Suède, il se diffuse un peu partout dans d'autres pays européens (p. 559)²⁰.

Les goûts et les usages circulent enfin d'un groupe social à l'autre. Mais si les objets sont en mouvement, des pratiques de « distinction » permettent aux classes aisées de maintenir leur statut, que ce soit dans l'aristocratie Ming ou dans la bourgeoisie française du ^{xix}e siècle. Il reste en outre des spécificités propres aux pratiques de consommation populaires, notamment l'utilisation des biens comme autant d'instruments d'épargne pouvant être revendus au besoin (p. 165 et 260)²¹. Par ailleurs, pourrait-on ajouter, les distinctions peuvent changer dans le temps²².

F. Trentmann insiste également sur ce qui ne circule pas, et c'est un apport intéressant du livre. Les exemples de ces « échecs » nous disent aussi beaucoup sur l'histoire de la consommation : le café ne se diffuse pas en Grande-Bretagne (p. 92) et le khat ne traverse pas l'Atlantique (p. 168). En Europe, au Canada ou au Japon avant la Seconde Guerre mondiale, certains consommateurs

19. Bernard THOMANN, *La naissance de l'État social japonais. Biopolitique, travail et citoyenneté dans le Japon impérial (1868-1945)*, Paris, Presses de Science Po, 2015.

20. Sur la circulation des réformes dans le premier ^{xx}e siècle : Daniel T. RODGERS, *Atlantic Crossings. Social Politics in a Progressive Age*, Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press, 1998.

21. Voir aussi A. ALBERT, « Consommation de masse... », *op. cit.*

22. Philippe COULANGEON, Julien DUVAL (éd.), *Trente ans après « La distinction » de Pierre Bourdieu*, Paris, La Découverte, 2013.

préfèrent acheter une radio ou un meuble plutôt qu'un fer à repasser ou un aspirateur (p. 247).

Ces circulations et non-circulations se font, souligne l'auteur, dans le cadre des Empires, qui jouent un rôle crucial dans la diffusion des biens depuis le XVI^e siècle (p. 119). Or l'auteur insiste sur un autre échec majeur à cet égard : l'incapacité des Empires à penser les « indigènes » comme des consommateurs et des citoyens, dans des espaces qui étaient pourtant historiquement des lieux de circulation, d'échange et de consommation. Cela justifie l'exploitation des travailleurs qui ne sont pas considérés comme des consommateurs et cela permet la diffusion de la consommation dans les métropoles impériales (p. 136 et 173).

Cette approche par les circulations et leurs limites est utilisée par différents auteurs, comme récemment Edward Wang²³. Ce dernier montre comment l'usage des baguettes, qui n'a pas toujours existé, s'est développé à partir du XI^e siècle avec la consommation du riz, puis a circulé entre différents pays et à l'intérieur du monde social. De manière intéressante, les baguettes se sont diffusées du bas vers le haut de la société – et elles sont associées aujourd'hui aux bonnes manières²⁴. Enfin, cette circulation connaît des limites puisqu'en Corée l'usage de la cuillère continue de cohabiter avec celui des baguettes.

On pourrait finalement se demander, en forme de boutade, si cette somme, par son ampleur et son aspect encyclopédique, ne signe pas la fin de l'histoire de la consommation. Que peut-on faire d'autre à présent, sinon revenir sur la vie matérielle, la vie quotidienne ou le bricolage des consommateurs²⁵ ? En fait l'ouvrage – c'est sa force, aussi – ouvre plus de portes qu'il n'en ferme, précisément en raison de son approche qui vise à élargir le regard. D'autres travaux sont à venir qui donneront eux aussi la part belle à la vie matérielle²⁶. Peut-être serait-il intéressant de continuer à s'interroger sur les pratiques des consommateurs et sur leur relation avec les normes, en cernant les manières dont différents acteurs du marché et de l'État – *marketers*, distributeurs, réformateurs

23. Q. Edward WANG, *Chopsticks: A Cultural and Culinary History*, Cambridge, Cambridge University Press, 2015.

24. Le shampoing et le maquillage sont deux autres objets dont la diffusion s'est effectuée du bas vers le haut : Kathy PEISS, « Culture de masse et divisions sociales : le cas de l'industrie américaine des cosmétiques », *Le Mouvement social*, 152, 1990, p. 7-30.

25. Alf LÜDTKE (éd.), *Histoire du quotidien* [1989], Paris, Éditions de la MSH, 1994 ; Michel DE CERTEAU, *L'invention du quotidien*, vol. 1, *Arts de faire* [1980], Paris, Gallimard, 1990 ; Ruth OLDENZIEL, Mikael HÅRD, *Consumers, Tinkerers, Rebels. The People who Shaped Europe*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2013. Sur le bricolage des consommateurs, rendu plus difficile par « l'incertitude technique » depuis les années 1990 : Kevin BORG, « Les sens perdus du garagiste. Comment le savoir-faire a été disqualifié dans l'univers automobile américain », *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 59-3, 2012, p. 19-47.

26. Jean-Claude DAUMAS, *La vie matérielle. Histoire de la consommation en France, XIX^e-XX^e siècles*, à paraître.

ou fonctionnaires – réussissent à transformer (ou non) ces pratiques²⁷. Ainsi, il ne s'agirait pas d'abandonner tous les « médiateurs » entre les consommateurs et les objets, comme les dessinateurs ou les inventeurs, mais au contraire de les regarder autrement²⁸. Une deuxième réponse serait de revenir aux objets, à la fois présents et étonnamment absents dans le livre. Sans doute ici l'apport de travaux d'histoire sociale ou d'ethnographie aiderait, en se centrant sur les objets eux-mêmes et sur leurs représentations, à revisiter l'histoire de la consommation en tant que pratique²⁹. Est ainsi observée la « seconde vie des objets » ou leur recyclage³⁰. Enfin, se pose la question des espaces non explorés, sachant que la consommation se fait toujours dans un espace, même à l'ère d'eBay et d'internet³¹. Dans quelle mesure la poursuite des travaux sur l'Asie³² et l'intégration d'autres espaces – par exemple en Afrique, en Amérique latine ou en Inde³³ – peuvent-elles transformer notre vision de l'histoire de la consommation ? Ces questions montrent que l'ouvrage marque indéniablement un tournant dans l'histoire de la consommation : il est assurément en passe de devenir un classique incontournable dans le domaine. Mais il ne marque pas pour autant la fin d'un champ d'études.

Marie-Emmanuelle CHESSEL

Sciences Po-CNRS, Centre de Sociologie des Organisations

19 rue Amélie, 75007 Paris

marieemmanuelle.chessel@sciencespo.fr

27. Sophie DUBUISSON-QUELLIER, « La consommation, une affaire d'État », www.laviedesidees.fr/Un-monde-de-choses.html; EAD. (éd.), *Gouverner les conduites*, Paris, Presses de Sciences Po, 2016.

28. Sur les dessinateurs de fabrique : Audrey MILLET, « Les dessinateurs de fabrique en France (XVIII^e-XIX^e siècles) », thèse d'histoire, Paris 8-Neuchâtel, 2015. Sur les inventeurs d'objets : Vincent CHAPEL, « La "poêle magique", ou la genèse d'une firme innovante », *Entreprises et histoire*, 23, 1999, p. 63-76.

29. Manuel CHARPY, « Ce que consommer veut dire », www.laviedesidees.fr/Un-monde-de-choses.html; ID., « Le théâtre des objets. Espaces privés, culture matérielle et identité bourgeoise. Paris, 1830-1914 », thèse d'histoire, Tours, 2010; Claire LEYMONERIE, *Le temps des objets. Une histoire du design industriel en France, 1945-1980*, Saint-Étienne, Cité du design, 2016.

30. Élisabeth ANSTETT, Nathalie ORTAR (éd.), *La deuxième vie des objets. Recyclage et récupération dans les sociétés contemporaines*, Paris, Pétra, 2015; R. OLDENZIEL, Heike WEBER (éd.), « Recycling and Reuse in the Twentieth Century », dossier de la revue *Contemporary European History*, 22-3, 2013, p. 347-526.

31. Alexander VON SCHIRMEISTER, « Peut-on créer un marché sans frontières ? L'exemple d'eBay », in Françoise BAYARD, Patrick FRIDENSON, Albert RIGAUDIÈRE (éd.), *Genèse des marchés*, Paris, Comité pour l'histoire économique et financière de la France, 2015, p. 103-108.

32. Sur la Chine, voir par exemple : Gilles GUIHEUX, « La Chine, une société de consommation ? », www.laviedesidees.fr/Un-monde-de-choses.html; ID., « La construction d'un sujet consommateur dans la Chine urbaine », *Monde chinois*, 27, 2011, p. 101-111; ID., « Shanghai, société de consommation », in Nicolas IDIER (éd.), *Shanghai : histoire, promenades, anthologie et dictionnaire*, Paris, Robert Laffont, 2010, p. 322-339.

33. David ARNOLD, *Everyday Technology: Machines and the Making of India's Modernity*, Chicago, University of Chicago Press, 2013.