Socio-anthropologie de la consommation depuis le XVIIIe siècle jusqu'à nos jours

Dominique Desjeux, professeur d'anthropologie, Sorbonne SHS, Université Paris-Cité, Ceped, F-75006 Paris, France

10 février 2026

Introduction

Pour une part, les livres et articles sur la consommation se concentrent sur la compréhension de l'acte d'achat d'un bien ou d'un service dans le cadre d'un marché, et donc sur les dispositifs censés capter les comportements des consommateurs ou leurs calculs, comme le montre Franck Cochoy (2002). C'est notamment le cas pour une partie des ouvrages de marketing et de science de gestion (Salomon, Tissier-Desbordes et Heilbrunn, 2005). Ils sont pertinents pour comprendre la consommation à partir des individus, de leurs motivations et de tous les facteurs susceptibles de l'influencer. Cependant, ce n'est qu'un angle parmi d'autres, même s'il est le plus connu et le plus utilisé, et peut être le plus problématique aujourd'hui, quand il ne s'agit plus seulement d'amener le consommateur à consommer plus, mais à consommer moins.

Dans ce gtexte, l'angle choisi est un peu différent. Il met en évidence des dimensions moins visibles pour la focale individuelle. La consommation est analysée d'un point de vue socio-anthropologique, comme un analyseur du fonctionnement des sociétés, de leurs conflictualités et de leurs enjeux collectifs (Desjeux, 2026d), plutôt que comme un acte d'achat effectué par un individu arbitrant entre des marques de produits ou de services. L'objectif est de montrer comment la consommation est un analyseur du fonctionnement des familles, des systèmes d'approvisionnement et du marché, des appartenances sociales et de la géopolitique.

Dans cette perspective, les enjeux varient selon l'échelle d'observation retenue pour les décrire. Ces échelles, ou ces focales, ou ces angles, ou ces granulométries, recouvrent en partie des disciplines académiques (de la psychologie à l'économie, en passant par la sociologie, l'histoire, l'anthropologie ou la géographie). Cela signifie que les différences d'interprétation de la consommation ne seront pas présentées à partir d'un modèle théorique abstrait, mais à partir du découpage empirique retenu par les auteurs, fondé sur leurs enquêtes. Cela permet de montrer que les approches sont cumulatives et qu'elles ne s'excluent pas les unes les autres, même si elles entrent en tension, et donc que toute généralisation théorique globale est impossible, sauf à supprimer les dimensions qui ne sont visibles qu'à certaines échelles, plus larges ou plus étroites.

Cela veut dire que la consommation peut relever, à une échelle d'observation individuelle, d'un arbitrage cognitif, conscient ou inconscient, à un moment donné, celui de l'achat d'un produit ou d'un service. À une échelle macrosociale, elle est le produit d'un effet d'habitus collectif, c'est-à-dire d'appartenance sociale, culturelle, de genre ou de génération qui organise les goûts et les choix des consommateurs au-delà des arbitrages individuels (Bourdieu, 1979). À cette échelle, le pouvoir est plus souvent perçu comme une domination hors situation qu'une interaction en termes de relations de pouvoir en situation.

Entre ces deux échelles, microscopiques et macroscopiques, la consommation est encastrée dans un système d'action organisé par des jeux d'acteurs, eux-mêmes enchâssés dans un marché et des organisations. Ces acteurs cherchent finalement à influencer les décisions des consommateurs tout au long des étapes du processus de production, de distribution ou de commercialisation, d'usage et de consommation, puis de remise en circulation sous forme de déchets ou de nouveaux produits. La consommation apparaît à cette échelle comme la résultante d'interactions sociales, soit au sein du ménage, de la famille, du groupe d'amis ou de collègues, soit au sein d'un système d'action plus large, celui du système d'approvisionnement qui participe au fonctionnement de la vie quotidienne dans l'espace domestique (Fine & Leopold, 1993).

La consommation peut aussi être analysée comme la résultante d'un jeu de forces géopolitiques, comme aujourd'hui dans les cas des tensions entre la Chine et les États-Unis, la Russie et l'Ukraine, ou au Moyen-Orient. Ces tensions bouleversent l'accès aux matières premières, aux énergies fossiles, à l'eau et aux protéines clés, notamment le soja. Or, ces ressources conditionnent la production des biens de consommation et des services, et tout particulièrement des services numériques, avec l'intelligence artificielle, civiles ou militaires, qui deviennent à leur tour des armes de défense ou de conquête de ces ressources stratégiques en faveur des pays les plus forts militairement ou technologiquement. Les investissements qu'elles demandent rentrent souvent, à leur tour, en concurrence avec ceux qu'il faudrait réaliser pour limiter le réchauffement climatique, adopter une consommation plus sobre ou maintenir le système de « sécurité sociale » collectif.

Il suffit de penser, pour 2026, au cas du Groënland (ressources minières et voie de passage maritime commerciale et militaire), de Taïwan (microprocesseurs), des énergies fossiles (charbon, pétrole, gaz de schiste) qui conditionnent une partie de la mobilité des biens, des personnes et des informations, des métaux rares (graphite, lithium, cobalt, terres rares) nécessaire à la fabrication des machines qui produisent les microprocesseurs qui équipent autant, les jeux vidéo, les voitures, les drones, les téléphones, les missiles militaires que les énergies alternatives solaires ou éoliennes et les batteries.

L'analyse de la consommation comme un système d'action met en évidence l'intrication des jeux d'acteurs entre ceux qui produisent, ceux qui font circuler et ceux qui utilisent les biens et les services. Elle montre les liens entre les processus d'extraction des matières premières, la guerre pour garantir l'accès aux ressources rares, et les tensions avec une consommation alternative plus économe. Une consommation plus sobre demande de réduire l'obsolescence des biens et leur renouvellement permanent au profit d'une économie circulaire. Cela permettrait potentiellement de limiter les besoins d'extraction et donc de guerre. Surtout que les risques de guerre conduisent à augmenter les budgets militaires matériels et numérique, et par là, l'extraction des métaux rares, et donc les tensions internationales.

Ces tensions viennent aussi du fait qu'une consommation plus modérée limiterait l'enrichissement des plus riches qui cherchent à échapper aux régulations des États, comme pendant la période coloniale occidentale et du « gilded age » américain au XIX^{e} siècle, « l'âge du toc » d'après Mark Twain, ou celui des ultrariches américains, des oligarques russes ou des milliardaires chinois aujourd'hui. Et tout cela sous la contrainte du réchauffement climatique, qui déplace les besoins en matières premières, et donc les zones d'incertitude quant à l'accès aux nouvelles zones d'extraction, que ce soit en faveur d'une énergie sans gaz à effet de serre, de nouvelles armes, comme les drones, ou d'une mobilité plus économe en énergie.

C’est pourquoi la consommation apparaît bien comme l'une des clés stratégiques pour comprendre le fonctionnement des sociétés ainsi que leur futur inconnu et imprévisible. Le futur devient, de ce fait, pour les anthropologues, le Nouveau Monde « exotique » à découvrir.

1 - Les conditions énergétiques de l’émergence de la nouvelle consommation mondiale à partir du XVII^{e} siècle

Comme le rappelle Frank Trentmann (2012), les historiens de la consommation se sont d’abord centrés sur celle des États-Unis, avec l’automobile, la climatisation et les centres commerciaux, et sur la « grande consommation » européenne de l’Ouest, à partir des années 1950, en oubliant qu’il existait une diversité d’histoires de la consommation à travers le monde, remontant à la nuit des temps. Il suffit de penser à l’histoire des routes de la soie, racontée par Peter Frankopan (2016) et remontant à plus de 2 000 ans.

Dans les années 1960, les débats portaient sur les bienfaits ou les méfaits de la consommation et de la publicité, comme dans le livre de Vance Packard (1960), qui dénonçait l’obsolescence programmée et les débuts de l’hyperconsommation (Desjeux, 2026d). En réalité, il n’existe pas de société sans consommation alimentaire, ou textile ou liée à la mobilité et à l’énergie humaine, animale ou hydraulique. Ce qui varie, c’est le statut de la consommation en fonction des époques, la construction des infrastructures publiques ou domestiques qui conditionnent la mise en place des systèmes d’approvisionnement, le rôle des consommateurs en tant qu’acteurs, ainsi que l’importance de la distinction ou de l’imitation dans le système des hiérarchies sociales et enfin la place des objets ordinaires qui font sortir la consommation du seul domaine du luxe pour la faire entrer dans celle des modes de vie et de la vie quotidienne (Roche, 1997).

Cependant, même s’il n’existe pas de société sans consommation, la consommation moderne s’inscrit dans un fonctionnement différent, du fait du changement de régime énergétique au XVIII^{e} siècle et du désenclavement du monde entre le XIII^{e} et le XVII^{e} siècle (Sallman, 2011). Avant la rupture énergétique du XVIII^{e} siècle, Timothy Brook (2008 [2010]) montre, par exemple, que le chapeau de l’officier du tableau de Vermeer, *L’officier et la jeune fille*, de 1658, est en poil de castor canadien, ce qui représente la dernière mode hollandaise chez les hommes de « l’âge d’or hollandais ». Avant le XV^{e} siècle, les chapeaux étaient en poil de castor européen. Mais, ayant été chassés en trop grande quantité et une partie des forêts où ils habitaient détruite, les castors avaient disparu du nord de l’Europe.

Vers 1580, les Européens découvrent que le Canada regorge de castors. Vers 1610, les Français contrôlent ce commerce grâce à Champlain. Il avait utilisé une arme inconnue des Indiens, l’arquebuse, une innovation récente en Europe. Il l’avait utilisé pour faire gagner les Hurons face à d’autres groupes d’Indiens et pour s’assurer le contrôle du marché des castors. Au XVIII^{e} siècle, les castors sont en voie de disparition.

Les castors sont un bon exemple du lien entre la consommation et la surexploitation d’une ressource, et ce, bien avant le XX^{e} siècle, ce qui met en évidence que les invariants et les ruptures traversent l’histoire de la consommation. De même, il montre le lien entre une innovation militaire, l’arquebuse, puis le mousquet, et le développement d’une activité « extractive », celle du castor, sans souci de son renouvellement au profit d’une consommation, le chapeau, à valeur statutaire. Cet épisode rappelle que la conflictualité est au cœur de la consommation (Ducourant & Perrin-Heredia, 2019 : 163 et ss) et qu’elle est déjà mondiale.

Autour de 1750, une innovation de rupture, le charbon, va transformer la consommation du monde en une centaine d'années. Alors que l'ensemble des sociétés, depuis des milliers d'années, fonctionne à partir des bioénergies (Marks Robert B., 2007), l'Angleterre sera la première à utiliser le charbon comme nouvelle source d'énergie, suivie par l'Europe de l'Ouest au XIX^{e} siècle.

Kenneth Pomeranz (2000 [2010]) montre que le charbon, comme énergie, joue un rôle clé dans la divergence qui émerge entre, d'un côté, l'Angleterre et une partie du nord de l'Europe de l'Ouest, et, de l'autre, la Chine. Le point important à retenir est que le charbon représente un énorme différentiel de puissance énergétique par rapport aux énergies humaines, animales et naturelles utilisées depuis les débuts de l'humanité, puis au sein des sociétés agraires (Fagan, 2015 [2017]). Même si le charbon n'élimine pas les usages des bioénergies, comme le rappelle Jean-Baptiste Fressoz (2024), il existe un écart de puissance énergétique important entre les énergies industrielles et celles de l'eau, du vent ou du soleil.

Pour Kenneth Pomeranz, la « grande divergence » du XVIII^{e} siècle a été le point de départ d'une nouvelle globalisation qui a créé un fossé entre l'économie occidentale, et tout spécialement l'économie anglaise, et le reste du monde. Durant ce siècle, la demande de textile est supérieure à l'offre de laine fournie par les moutons. Ce que montre donc Pomeranz, c'est qu'il existe une forte tension entre la terre disponible, la poussée démographique et les besoins de consommation, tout particulièrement pour les vêtements. Sa thèse est que la situation économique de la Chine était meilleure ou équivalente à celle de l'Angleterre, du nord de la France et de la Flandre. Les machines étaient quasiment équivalentes. Surtout, les rendements de céréales en Chine étaient supérieurs à ceux de l'Angleterre grâce à la production de riz irrigué le long du fleuve Jaunes au nord, du fleuve Yangzi qui se jette dans la mer à Shanghai, au centre, et de la rivière des Perles, qui passe par Guangzhou, dans le Guangdong de Hassan José Gilles aurait au sud Ynag ~~Jaune au nord, du fleuve Yangzi, qui se jette dans la mer à Shanghai, au centre, et de la rivière des Perles, qui passe par Guangzhou, dans le Guangdong, au sud.~~ À l'inverse, l'Angleterre devait faire face à un manque de bois et donc d'énergie (Pomeranz, 2009 : 48).

En revanche, à l'inverse de la Chine, où le charbon se trouve à 1 000 ou 1 500 km au nord du delta du Yangzi, le charbon anglais est tout proche de la zone de production du textile à Manchester ou dans le Lancashire (Idem : 23). L'autre avantage est que l'Angleterre peut mobiliser le coton de ses colonies américaines au sud de l'Amérique du Nord, lequel est cultivé grâce à l'exploitation d'une main-d'œuvre d'esclaves importés d'Afrique, qui fournit de l'énergie humaine bon marché.

Le charbon permettra de développer les capacités de la machine à vapeur de Watts (Pomeranz, introduction de P. Minard, 2009 : 18). Celle-ci va permettre de développer la productivité des métiers à tisser, dont l'approvisionnement n'est plus assuré par la laine anglaise, mais par le coton américain. Le charbon et le coton vont réduire la pression exercée sur la Terre. Le charbon va compenser le manque de bois. Le coton va compenser le manque de pâturage nécessaire pour répondre à la demande de vêtements, sous l'effet de la pression démographique.

« Entre 1760 et 1840, la consommation de coton brut de la Grande-Bretagne est multipliée par 200 » (2009 : 23). En 1830, le coton a sauvé 6,23 millions d'ha, ce que Pomeranz appelle des « surfaces fantômes » (*ghost surfaces*), à l'instar d'Eric Jones, dont il s'inspire (Pomeranz, 2010 : 461-462). Le charbon a joué un rôle de substitut à la terre, mais au prix d'un esclavage humain massif.

Comme l'écrit Philippe Minard, « la force de l'empire tient d'abord à sa capacité à externaliser les problèmes environnementaux, en allant puiser dans les ressources agricoles américaines et antillaises » (Pomeranz, 2009 : 25). Le charbon a aussi permis « la révolution des transports, la production de fer et d'acier, et le renforcement du pouvoir militaire » (Idem : 106), c'est-à-dire toutes les infrastructures nécessaires à la mise en place de la consommation moderne. Sans le charbon, pas de révolution industrielle, de grande consommation, de confort domestique et de baisse de la pénibilité liée à l'usage de l'énergie humaine et, en même temps, c'est le début des gaz à effet de serre et de la pollution industrielle.

Quelque vingt ans avant, les travaux de Pomeranz, trois historiens britanniques, Neil McKendrick, John Brewer et J. H. Plumb (1982), renouvellent l'analyse des origines de la nouvelle société de consommation qui émerge en Angleterre, sous le règne des trois rois George I, II et III. Des commerçants comme Josiah Wedgwood, spécialiste de poterie, vont inventer de nouvelles techniques marketing, comme la labélisation de leurs produits par le roi, des salles d'exposition et la publicité. Ils vont favoriser le développement de la mode et donc de l'obsolescence appliquée à la vente des textiles, de l'argenterie, des services de table et des poteries, parallèlement au développement de la première révolution industrielle. Leur thèse est que la consommation aristocratique se diffusera par imitation auprès des autres classes, comme le défendra aussi Gabriel Tarde (1890 [2001]), à une échelle plus individuelle. C'est aussi au XVIII^{e} siècle que les produits chinois, comme la soie, le thé et la porcelaine, connaissent leur plus grand succès en Europe, ce qui confirme la dimension mondiale de la consommation.

L'augmentation de la production industrielle, qui débute au XVII^{e} siècle, nécessite d'accroître les débouchés et par conséquent la consommation. Colin Campbell (1987 [1995]), un historien britannique, pense que l'émergence des conditions matérielles favorisant le développement de la consommation ne suffit pas à expliquer son succès. Il faut aussi que la culture change, comme l'avait déjà montré Max Weber, en mettant en évidence le lien entre l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme. Or, au XVIII^{e} siècle, les valeurs britanniques vis-à-vis de l'hédonisme évoluent grâce à l'existence d'un groupe de penseurs libéraux anglicans du siècle précédent, c'est-à-dire non conservateur, les « platoniciens de Cambridge ».

Ils s'opposent à la rigidité doctrinale des catholiques et au puritanisme des luthériens et des calvinistes, qui ne laissent, dans leur approche, aucune place à l'émotion : « Ce néo-platonisme va favoriser la mise en place d'une religion fondée sur l'amour, et non plus seulement sur la grâce et la prédestination protestantes » (Campbell (1987 [1995]). C'est un changement théologique important qui valorise l'hédonisme et, par-là, le plaisir qui sera à son tour associé aux pratiques de consommation. Surtout, le plaisir est associé à la vertu et devient un nouveau signe de salut inversé par rapport au puritanisme protestant. « Il est aussi associé à l'expression du soi, à la base de l'éthique romantique, en train d'émerger au milieu du XVIII^{e} siècle en Angleterre et qui verra le jour au début du XIX^{e} siècle en France », et qui servira de justificatif à la consommation (Desjeux, 2005 : 42-43).

Au XIX^{e} siècle, les États-Unis poursuivront ce processus de capture coloniale en éliminant les Indiens, en rétablissant les lois raciales de type « Jim Crow » vers les années 1880 et en exploitant la main-d'œuvre émigrée. Le XIX^{e} siècle est celui de l'installation de la consommation dans le paysage économique avec l'émergence en Europe et aux États-Unis (Desjeux, 2026c) en passant par le Japon, de l'industrie textile, du chemin de fer, de la sidérurgie, de la chimie, des banques, de l'électricité, du pétrole, de l'armement moderne, des villes, d'une classe moyenne de consommateurs, d'un prolétariat et d'une riche bourgeoisie

ainsi que des grands magasins (Chabault, 2017, 2024), dont Émile Zola s'en fera le témoin dans son roman *Le bonheur des dames* en 1883 (Daumas, 2018).

Les premiers sociologues de la consommation mettent l'accent sur sa fonction de distinction sociale. Pour Thorstein Veblen (1899 [1970]), la consommation américaine du XIX^{e} siècle est celle de la « classe de loisir », celle qui ne travaille pas et se distingue des autres par son oisiveté, sa consommation ostentatoire et sa capacité à gaspiller. Dès le XIX^{e} siècle, la consommation est analysée comme un puissant facteur de distinction sociale et comme un marqueur d'appartenance à un groupe social.

Maurice Halbwachs (1912 [1970]), proche d'Émile Durkheim, est l'un des premiers sociologues à montrer l'importance des dispositions sociales pour expliquer les comportements de consommation des ouvriers au-delà du seul effet du revenu. Il constate, en effet, qu'à revenu égal, les ouvriers et les employés n'ont pas les mêmes comportements. Notamment, il remarque que, même si le revenu augmente, les ouvriers ne vont pas investir davantage dans leur logement, tandis que les employés y investiront davantage, et donc que, même si leur revenu augmente, leur comportement de consommation restera inchangé. On peut rapprocher cette conclusion de celle des recherches sur les transfuges de classe (voir le chapitre 15), depuis le livre de Vincent de Gaulejac (1987) jusqu'à celui de Norbert Alter (2022).

Halbwachs en déduit l'existence d'une norme de groupe, d'une habitude, qui fait que les ouvriers accordent moins d'importance à leur habitat et donc, d'après lui, à la vie de famille. La conclusion est que les comportements de consommation, à une échelle macrosociale, s'expliquent par des variables d'appartenance, comme l'âge, le sexe, les catégories socioprofessionnelles, la culture ou le niveau de diplôme, ce que confirmera le sociologue Edmond Goblot en 1925 avec un livre au titre suggestif : *La barrière et le niveau*. Maurice Halbwachs déduit également de sa thèse que la consommation est un indicateur de l'intégration ou de l'exclusion sociale.

Cette thèse est reprise par Mary Douglas et Baron Isherwood en 1979, à partir d'enquêtes menées en Grande-Bretagne sur les objets techniques. Ils mettent en évidence le rôle clé de la consommation dans l'inclusion sociale. Ce thème reprendra de l'importance dans les années 2000, avec l'exclusion de la consommation d'une partie de la classe moyenne française, en raison de la hausse des coûts des dépenses contraintes, telles que le logement, l'énergie, la mobilité, le numérique et la santé, suite à l'augmentation des prix des matières premières liée, entre autres, à la montée de la classe moyenne chinoise.

La question de l'inclusion par la consommation sera également posée par des chercheurs, tels que Jean-Philippe Nau, Cyril Desjeux & Dominique Desjeux au sujet des personnes en situation de handicap dans les années 2020. Ces enquêtes mettent à jour l'importance de la logistique domestique dans les pratiques de consommation : accès à l'électricité pour les personnes en fauteuil roulant ou polyhandicapées ayant besoin d'un appareil respiratoire, acquisition de compétences administratives pour avoir accès aux aides qui conditionnent le revenu et donc le pouvoir d'achat, rôles indispensables des « aidants » pour faire les courses et compenser la mobilité réduite, importance des routines pour se repérer dans la vie quotidienne pour gérer le réfrigérateur ou faire la cuisine.

Douglas et Isherwood montrent aussi l'importance de la dimension symbolique de la consommation, comme l'écrivait Jean Baudrillard (1970). Ils ajoutent à l'*utilité* des économistes la dimension anthropologique du *sens* pour comprendre les échanges marchands.

En 1979, Pierre Bourdieu publie *La Distinction*, l'un des livres les plus significatifs sur les effets de l'appartenance sociale et leur utilisation pour expliquer les comportements des consommateurs. Dans les années 1970, *Le beau Danube bleu* de Johann Strauss, par exemple, est un marqueur du goût populaire, au contraire de *L'art de la fugue* de Jean S. Bach, qui relève d'un goût bourgeois. Il est probable que cette distinction sociale musicale entre Strauss et Bach ne fonctionne plus aussi bien en 2026. Ce qui reste pertinent, c'est la mise à jour de la force des dispositions sociales et des habitus, un concept aristotélo-thomiste modernisé par Pierre Bourdieu. Il fonctionne très bien à l'échelle macrosociale, pour décrire les liens entre les effets d'appartenance sociale et la consommation.

Il sera critiqué par ceux qui estiment que la société est d'abord composée d'individus sans appartenance à une classe, à un genre, à une génération ou à une culture. Les classes sont peu visibles au niveau des individus, même si une partie de l'habitus peut transparaître à travers des comportements individuels. Les phénomènes de classe sociale ne sont vraiment visibles et démontrables qu'à une échelle d'observation macrosociale, où l'individu disparaît.

2 - Le tournant de la consommation mondiale après la Seconde Guerre mondiale

En 1962 [1972], Joffre Dumazedier publie un livre important sur la société des loisirs, alors en plein essor en France. Il rappelle qu'au XIX^{e} siècle, la durée hebdomadaire de travail était proche de 75 heures, contre 45 heures en 1960. La durée annuelle de travail est passée, en cent ans, de 3 700 heures à 2 200 heures. Aujourd'hui, 60 ans plus tard, elle serait de 1 600 heures.

L'auteur rappelle qu'après la « classe de loisir » qui valorisait l'« oisiveté », celle-ci était devenue un « vilain défaut ». Ce n'est qu'en 1936, sous le Front populaire, qu'est créé un ministère des loisirs dirigé par Léo Lagrange et qu'après 1945, le loisir devient une revendication ouvrière et une valeur démocratique.

Cependant, les heures gagnées sur le temps de travail ne sont pas toutes des heures de loisir et varient selon les groupes sociaux. Certaines activités, comme le bricolage, relèvent à la fois du loisir et du travail domestique. Les vacances varient selon les classes sociales. Les femmes ont moins de loisirs en raison des activités ménagères, qui s'élèvent à 70 heures par semaine pour une famille de 3 enfants en 1958.

Cette nouvelle forme de temps libre va contribuer au développement de l'équipement du logement grâce à l'électricité, à la mobilité automobile et à la logistique commerciale, avec le développement des supermarchés et des centres commerciaux, sur le modèle des *malls* américains, eux-mêmes inspirés, à l'origine, par les places de village européennes et des mails. Le logement, la mobilité et les centres commerciaux forment le triangle de base du nouveau système d'approvisionnement des ménages, sans exclure d'autres facteurs explicatifs.

La généralisation de l'électricité dans le logement transforme les courses et le stockage avec le réfrigérateur, l'entretien du linge avec la machine à laver, et la cuisine qui passe du bois au gaz, puis à l'électricité. Tout concourt à la substitution de l'énergie humaine par l'énergie électrique dans le foyer, et donc à une baisse de la pénibilité des activités domestiques pour les femmes et à une amélioration du confort grâce à l'extension des salles de bains et des toilettes, à l'abondance de l'eau courante dans les logements, ainsi qu'à l'amélioration de l'équipement de la cuisine, du chauffage et de l'éclairage (Desjeux et *al*., 1996).

Tout cela ne va pas sans effets rebonds qui se traduisent petit à petit, au cours des années 1970/1980, par une augmentation de la fréquence du lavage du linge et de la pratique des bains et des douches qui d'exceptionnels vont devenir journaliers et donc par une croissance, aujourd'hui problématique, de la consommation d'eau. Un chiffre résume l'importance de l'eau : « 88 % de l'eau prélevée dans le monde sert à produire des biens ou des services. L'eau circule déjà d'un continent à l'autre, non pas dans des canalisations, mais à travers les chaînes de valeur mondialisées, dans les produits alimentaires ou les habits que nous consommons et dans toutes nos infrastructures. » (Porcher, 2026.)

À la fin des années 1990, j'observe en Chine, puis au Brésil dans les années 2000, la construction de ce même triangle de la consommation entre logement, mobilité et distribution, appliqué au cas des produits de soins du corps et du visage sur la base des mêmes déclencheurs. Le premier est macrosocial, avec la montée de la classe moyenne chinoise entre 1980 et 2018, associée à la mise en place d'infrastructures routières et ferroviaires, de la logistique de la grande distribution, ainsi qu'à une augmentation du pouvoir d'achat. Le second est microsocial, avec la mise en place d'infrastructures domestiques dans le logement, comme l'eau courante, la douche, les lavabos et les placards dans la salle de bains, qui permettent l'achat et l'usage d'un ensemble de biens de consommation, comme les pinceaux et les brosses à fard, le mascara, les fards à paupières, les rouges à lèvres qui forment un système d'objets concrets nécessaire au développement d'une pratique qui avait disparu de Chine pendant la Révolution culturelle, le maquillage (Desjeux, Yang, 2019). Le marché du maquillage est lui-même lié à la transformation du couple chinois et à l'augmentation du nombre de divorces. En se retrouvant sur le « marché matrimonial », les femmes doivent entretenir leur corps comme un capital, et ce, grâce aux produits de beauté. Le maquillage est aussi une source de conflit entre générations : certains parents n'acceptent pas que leur fille se maquille, comme c'était le cas aux États-Unis dans les années 1930 (Clarke, 1999).

Le développement de la grande consommation est directement lié à l'émergence d'une classe moyenne, associée à la construction massive de logements urbains et à la mise en place d'infrastructures commerciales, logistiques et domestiques. C'est à peu près le même processus auquel on a d'abord assisté dans les années 1920 aux États-Unis, puis entre 1945 et 1975, avant le premier choc pétrolier, aux États-Unis et en Europe de l'Ouest, puis dans les années 1990/2000 dans les BRICs, l'Indonésie, le Vietnam, le Mexique, l'Afrique du Sud, le Maroc, etc. Malgré tout, comme le rappelle Maurice Godelier (2023), sans que cette modernisation provoquée par l'Occident conduise automatiquement à une occidentalisation des cultures, comme le montrent tout particulièrement les exemples de la Chine et du Japon.

Cependant, l'électricité n'a pas toujours été un signe de progrès. Au tournant du XX^{e} siècle, certains auteurs se demandaient, à la suite d'accidents d'électrocution et d'incendies, si la science n'avait pas été trop loin « en cherchant à anéantir la nuit » (Desjeux et al., 1996 : 43). La conquête de la nuit, qui a permis le développement d'une nouvelle consommation, a été décrite par le sociologue américain Murray Melbin (1987).

La question des limites des sciences a déjà été posée hier avec le développement du chemin de fer, comme le rappelle l'historien allemand Wolfgang Schivelbusch (1977 [1986]). Lors d'un congrès médical de 1860, des médecins, constatant que la vitesse du déplacement en train tue les conversations entre les voyageurs et conduit donc à lire davantage, se demandent si la lecture dans le train n'est pas mauvaise pour la vue (Schivelbusch, 1977 [1986] : 68).

Aujourd'hui, le même genre de question est posé à propos de l'Intelligence Artificielle (IA) ou de l'usage du téléphone et des réseaux sociaux numériques, comme TikTok ou Instagram, à propos des risques pour la sociabilité et la santé. Tout cela ne veut pas dire que ces menaces n'existent que dans l'imaginaire, mais que l'émergence de nouvelles technologies, dotées d'un pouvoir inconnu, suscite de fortes angoisses et des tensions aux niveaux social et géopolitique, et ceci d'autant plus que ces technologies sont contrôlées par les États-Unis, en 2026, et donc qu'elles peuvent devenir une arme contre l'Europe.

Elles sont d'autant plus angoissantes qu'elles sont addictives. C'est encore plus vrai avec les jeux vidéo, qui sont le prolongement numérique des réseaux sociaux. Leur usage massif est l'indicateur d'une « gamification » des sociétés en Europe ou en Asie. De nombreux services en ligne permettent de gagner des points qui donnent droit à des cadeaux. Dans des sociétés comme la Chine ou le Japon, où la double pression scolaire et sociale est très forte, comme en Corée du Sud, les jeunes interviewés expliquent que les jeux vidéo sont utilisés comme moyen de réduire cette pression. Ils préfèrent aussi louer pour la journée des cosplayeurs, des personnes habillées en héros de manga, plutôt que de sortir avec un ou une petite amie ou de la famille afin d'avoir la paix et d'éviter toute pression sociale. Au Japon, comme l'expose l'ethnologue Agnès Giard dans un livre saisissant, la vie amoureuse se pixélise. Elle est considérée comme un acte d'opposition aux modèles familiaux traditionnels. L'addiction numérique devient une source de plaisir en favorisant l'évasion hors de la réalité. C'est pourquoi l'État chinois, depuis 2024, interdit aux jeunes de moins de 18 ans de jouer plus d'une heure par jour. Les moins de 16 ans n'ont pas le droit de jouer la nuit entre 21 h et 8 h du matin. Plusieurs pays occidentaux, comme le Danemark, sont aussi en train de proposer un contrôle des jeux vidéo et des téléphones.

Les années d'après-guerre, sont celles de la généralisation de la voiture populaire, lancée en 1908 aux États-Unis avec la Ford T, puis en 1945 avec la Volkswagen, en 1947 avec la 4CV Renault et en 1948 avec la 2CV Citroën en France, en 1957 avec la Fiat 500 en Italie et en 1948 avec la Morris, au Royaume-Uni et le début des embouteillages, comme dans le film de Jacques Tati de 1971, *Trafic*. Elles vont permettre, en même temps, l'accès aux loisirs et aux centres commerciaux.

Ce sont aussi les années du développement des « grandes surfaces ». Elles font suite aux « passages » commerciaux des années 1800 à 1850, puis aux grands magasins qui se créent dans les années 1850 en France, aux États-Unis et en Angleterre. Édouard Leclerc ouvre un magasin à Landerneau, dans le Finistère, en 1949. Ensuite suivront les supermarchés et les hypermarchés, tout en rappelant qu'en 1960, 65 % des courses étaient effectuées principalement dans le commerce de détail (Moati, 2001).

30 ou 40 ans plus tard, la société française est devenue une économie de services, comme la plupart des sociétés occidentales, associée à la disparition des paysans, à la délocalisation des entreprises industrielles au profit de la Chine et de l'Asie du Sud-Est, à la libération des femmes avec la fin de la puissance paternelle, et à l'accès à la contraception et à l'avortement.

La distribution sera de plus en plus automatisée et informatisée, comme dans l'industrie automobile (Durand, 2004), au point que le sociologue américain George Ritzer (1996) utilisera le terme de « McDonaldization » pour décrire cette standardisation de l'économie des services, puis sa numérisation avec l'e-commerce, qui émerge dans les années 2000, quand le micro-ordinateur domestique a largement investi les foyers avec un débit suffisant pour permettre les achats à distance.

3 - Institutionnalisation de la consommation et régulation de la conflictualité sociale

Le livre pionnier d'Alain Chatriot et al. (2004) souligne que les mouvements consuméristes, que Sophie Dubuisson-Quellier appellera *La consommation engagée* (2009), existent dès le XIX^{e} siècle, notamment aux États-Unis. Lawrence B. Glickman raconte la lutte des Quakers contre l'esclavage, qui militent pour n'acheter que des biens de consommation, des « produits libres » qui n'ont pas été produits par des esclaves. Marie Emmanuelle Chessel reconstitue l'histoire des mouvements de consommateurs avant et après la Seconde Guerre mondiale. Les ligues de consommateurs naissent d'abord aux États-Unis et perdurent après la guerre de 1914-18 ; à l'inverse, les Ligues Sociales d'Acheteurs (LSA) françaises cessent de fonctionner après la paix. Tout cela rappelle l'importance de la conflictualité sociale au cœur même de la consommation (Desjeux, 2005).

De manière significative, ce sont les femmes qui seront les principales militantes des mouvements de consommateurs. Elles appartiennent à la bourgeoisie. Certaines sont liées à des partis de gauche, comme en Belgique, ou à des mouvements religieux catholiques, protestants, juifs ou orthodoxes. En France, à la suite de la Seconde Guerre mondiale, un mouvement de catholiques sociaux, lié au personnalisme d'Emmanuel Mounier, s'oppose à ce que la revue *Esprit* désignera, dans les années 1960, sous le nom de « société de consommation » (Olivier Dard, *in* Chatriot et al. 2004 : 384).

Un autre point important est que l'État, y compris aux États-Unis, et notamment pendant le New Deal, demeure un acteur, plus ou moins puissant, de la régulation de la consommation. Pour la France, Jean Meynaud, un spécialiste des groupes de pression dont la pratique consiste « à peser sur les autorités publiques », montre cependant que la politique de consommation est insuffisante : « elle manque à peu près totalement d'idées sur l'utilisation optimale des ressources collectives. […] Nos politiques publiques se soucient beaucoup moins des fins de l'activité économique, » c'est-à-dire de la consommation finale des ménages (Meynaud, 1964 : 10). Il met l'accent dès les années 1960 sur l'importance des inégalités sociales liées à la consommation, sur la montée des dépenses de loisirs et de santé, ainsi que sur les risques écologiques que la consommation fait peser sur la société, en écho à Dumazedier (1972). Ce thème sera repris par la sociologue Michelle Dobré au début des années 2000. À contre-courant des approches qui dénoncent la consommation dans les années 1960, Jean Meynaud pense que défendre les consommateurs est une affaire de justice sociale, de lutte contre le gaspillage et de protection contre les effets potentiellement négatifs des biens de consommation. La consommation, au début de la V^{e} République, reste malgré tout un objet assez éloigné de la politique.

Michel Wieviorka (1977) décrit la politisation progressive du champ de la consommation. En 1951, l'État crée le Comité National de la Consommation (CNC), un organisme consultatif, puis, en 1967, l'Institut National de la Consommation (INC), qui joue un rôle d'expert en faveur des consommateurs. Il publie la revue *50 millions de consommateurs*. L'un de ses objectifs est de lutter contre l'inflation et de rendre plus visibles les informations sur la qualité des biens de consommation.

Pour Alain Chatriot (2004), 1972 est une année charnière. C'est celle du drame du talc Morhange, une poudre pour nourrissons qui évite l'irritation de la peau, mais qui, à la suite d'une erreur, a entraîné la mort de 36 bébés. C'est la première crise d'une longue série, dont

celles du sang contaminé en 1985, de l'amiante en 1990 ou du lait infantile contaminé en 2026. C'est aussi celle du départ de l'INC de l'association *UFC-Que choisir ?* qui estime que l'Institut est trop lié à l'État et qu'il faut créer un organisme indépendant avec la revue *Que choisir ?* Ralph Nader, avocat militant américain, vient tenir une conférence à la FNAC pour mobiliser les consommateurs français. (Chatriot et al. 2004 : 165-166).

Giscard d'Estaing, crée en 1976 un secrétariat d'État à la consommation, d'abord dirigé par Christiane Scrivener, appelée « Madame Consommation » (Idem : 171), puis par Catherine Lalumière et Véronique Neiertz, toujours des femmes, sous les gouvernements socialistes qui ont suivi. Dans les années 1980, le consommateur entre sur « l'agenda politique et social français » (Idem : 167).

Dans les années 2000, la défense et la protection des consommateurs s'élargissent à celles de l'environnement (Dobré & Juan (dir.), 2009) et à la revendication d'une entrée dans une nouvelle transition énergétique et écologique afin de limiter les émissions de gaz à effet de serre (cf. chapitre 21, *Sociologie de l'environnement*). Sans baisse significative de la consommation des matières premières, des énergies fossiles, de l'eau et des protéines animales, non seulement les dérèglements climatiques risquent de devenir de plus en plus importants, mais aussi les risques de guerre. La compétition pour l'accès aux ressources naturelles est de plus en plus exacerbée, sans oublier les mouvements de population qui fuient la disparition ou l'appauvrissement de leur écosystème. La raréfaction des matières premières fait suite à la montée de la consommation de la classe moyenne mondiale et de la quête sans fin de profits par le 0,1% d'ultrariches. Ces derniers demandent en même temps la fin des régulations du marché et la mise en place d'un État autoritaire qui supprime toute démocratie et donc toute revendication d'une meilleure redistribution des richesses. Tout cela conduit à des tensions entre les grandes puissances, dont la Chine, les États-Unis, la Russie et l'Europe. La consommation, aboutissement du processus productif et des profits associés, conduit à une conflictualité croissante.

4 - La transition énergétique sous contraintes de crises

La question de l'énergie d'abord humaine (l'esclavage, la force de travail agricole), puis technique (les moulins), puis industrielle (charbon, électricité, pétrole, nucléaire) puis sobre, est à la base du fonctionnement de toutes les sociétés humaines, des conflits et des guerres.

La complexité et les difficultés de la transition des sociétés vers une consommation plus sobre expliquent en quoi il est important de faire varier la focale d'observation et d'action, notamment en termes de jeu d'acteurs. Tout le monde n'a pas intérêt à changer ni dans le même sens. Les populations les plus démunies sont déjà dans la sobriété involontaire et cherchent plutôt à augmenter leur consommation. Les classes moyennes plus favorisées sont en partie favorables à une consommation moindre, sans pour autant compromettre leur confort moderne. Les entreprises n'ont pas trouvé de modèle économique assurant leur rentabilité, alors qu'elles doivent se conformer à la loi « Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire » (AGEC) lancée en 2020 (Madon, 2024). Comprendre le changement demande donc de regarder ce qui fait changer, ou non, les acteurs, notamment les crises et les contraintes.

Depuis 2000, période qui voit monter la classe moyenne mondiale, le monde est entré dans toute une série de crises qui déstabilisent les sociétés occidentales les plus consommatrices de biens ou de services et d'énergie. On peut citer la hausse des cours des matières premières entre 2000 et 2008, la crise financière de 2008, les « Printemps » arabes en 2011ou en France la

mobilisation des Gilets jaunes suite à l'augmentation du prix du diesel en 2018, la crise sanitaire du Covid-19 en 2020, la crise logistique mondiale de 2021, etc. La conjonction de ces phénomènes a conduit à une forte inflation du fait, notamment, des changements inattendus de pratiques de consommation dans l'espace domestique suite au confinement, de la multiplication par quatre du prix du container et du blocage temporaire du canal de Suez. Le tout sur fond de crises militaires avec la guerre en Ukraine en 2021, les tensions militaires dans la mer de Chine du Sud et l'élection de Donald Trump qui renoue avec la « logique des empires » à la fois protectionniste et expansionniste. Toutes ces crises ne sont pas nouvelles et se retrouvent depuis longtemps dans l'histoire du monde (Desjeux, 2021 ; 2022). Ce qui est peut-être nouveau, c'est leur intensité et leur fréquence plus fortes.

Cependant, en 2020, sous contrainte de confinement, les émissions mondiales de gaz à effet de serre ont baissé de 5 %, un objectif qu'il serait nécessaire d'atteindre chaque année, de façon cumulée. Cet exemple illustre la force de la contrainte qu'il faudrait exercer pour atteindre la neutralité carbone. De même, pendant le confinement, à la suite de l'essor du télétravail dans les métiers de service et pour les cadres, on a assisté à la mise en place d'un nouveau mode de consommation et de production dans les foyers. Il était en émergence depuis quelques années, avec le « faire soi-même » déjà signalé par Jean Viard (2002). L'habitat s'est transformé en un « hub domestique digital » où l'on produit avec le télétravail, la cuisine et le bricolage, on achète via l'e-commerce, on consomme avec les repas livrés à domicile, on se distrait avec les jeux de société, les jeux vidéo et le sport en chambre, et on vend sur Internet.

Le logement retrouve, de façon inattendue, sous une nouvelle forme, le fonctionnement des fermes dans les sociétés paysannes d'autrefois. L'observation de l'itinéraire des courses pendant le confinement (celles-ci étant analysées comme un processus de décision collective plutôt que comme un arbitrage individuel) met en évidence une façon plus économe de gérer les biens alimentaires et de cuisiner (Desjeux & Sarrat, 2020). Une partie de ces pratiques s'est maintenue, mais d'autres ont disparu une fois la contrainte levée.

Les consommateurs sont soumis, à l'échelle de l'observation microsociale, à une dizaine de contraintes matérielles, sociales et symboliques qui expliquent le plus souvent l'écart entre les valeurs, les représentations ou les intentions et les pratiques réelles, et donc les contraintes qui pèsent sur la transition énergétique, même s'ils ne sont pas les acteurs principaux de cette transition, à l'inverse des entreprises, qui, elles, sont centrales.

Les trois premières contraintes matérielles sont assez classiques. Elles concernent les prix, le temps et l'espace. Un prix trop élevé, un espace trop petit ou un temps trop court peut empêcher un achat ou une pratique. Gaëtan Brisepierre rappelle la contrainte de prix liée à l'achat de nouveaux réfrigérateurs, au détriment de la valeur affichée de sobriété, alors qu'ils sont censés être plus économes (Brisepierre & Joly Pouget, 2020). La quatrième est plus anthropologique, elle est faite du système d'objets nécessaire au fonctionnement d'un bien ou d'un service. S'il n'y a pas de congélateur, il est difficile de conserver des produits surgelés. La cinquième est souvent oubliée : l'énergie électrique. Aujourd'hui, un logement peut comporter entre 50 et 120 objets qui fonctionnent grâce à l'électricité, allant des chargeurs de téléphone aux brosses à dents, en passant par tout l'électroménager et le numérique. Une panne d'électricité interrompt l'ensemble du fonctionnement d'un habitat moderne, devenu électro-dépendant.

Les contraintes sociales relèvent de trois ordres :

- la contrainte d'apprentissage pèse sur la facilité à acquérir, utiliser ou réparer un objet ;

- la contrainte de normes sociales entre les objets qui sont, plus ou moins explicitement, permis, prescrits ou interdits en fonction des normes, des cultures ou des groupes sociaux (particulièrement pour les normes alimentaires) ;
- les contraintes de réseaux « sociaux prénumériques » et numériques qui font circuler l'information et participent à la construction ou à l'application des normes.

Trois autres types de contraintes symboliques et psychosociales pèsent sur la consommation :

- l'identité personnelle ou professionnelle,
- la charge mentale,
- les risques perçus.

La charge mentale est l'une des contraintes qui pèsent le plus sur les processus de changement, de décision ou d'innovation, tout particulièrement dans le cas des « innovations écologiques » qui demandent souvent plus de temps et d'énergie humaine que les usages électriques, au moins à court terme. Elles peuvent aussi coûter plus cher, alors que la plupart des innovations, depuis 250 ans, ont tendu à simplifier la vie et donc à réduire la charge mentale, à coûter moins cher, à économiser du temps ou à augmenter le confort, même si tout cela ne va pas sans effets négatifs.

Conclusion

Si l'on accepte l'approche par les échelles d'observation, qui permet de montrer que les approches sont cumulatives, même si elles ne sont pas « agrégeables » en une approche globale (avec le principe agnostique de la connaissance scientifique qui ne confond pas le fait qu'un phénomène n'est pas visible avec le fait qu'il n'existe pas), il est possible de montrer qu'il y a plusieurs acquis dans la grille de compréhension de la consommation.

C'est un phénomène mondial qui ne se limite ni à la sphère occidentale ni à l'époque moderne. Il comprend en même temps des invariants et des caractéristiques propres à chaque époque. Il n'y a pas de consommation sans énergie et la modification du régime énergétique est l'un des facteurs les plus importants de la transformation de la consommation, que ce soit en faveur de sa croissance ou de sa décroissance.

Le changement des pratiques de consommation dépend à la fois de la mise en place d'infrastructures liées à la production, à la mobilité et au commerce et, au-delà, de changements culturels. La consommation relève donc autant du sens que de l'utilité. Enfin, la consommation est un analyseur des conflictualités entre ceux qui gagnent et ceux qui perdent au cours d'un changement de régulation ou de dérégulation lié à la consommation.

La consommation peut autant s'analyser d'un point de vue individuel, en mettant l'accent sur les arbitrages ou les motivations, que d'un point de vue collectif : il s'agit de comprendre les clivages et les effets de distinction sociale pour lire dans la consommation une pratique de sociabilité, de lien social, de relation de pouvoir et de jeu d'acteurs. Elle est donc un phénomène social fondamentalement ambivalent, à la fois positif et négatif, les deux étant intimement liés et inséparables, comme le yīn et le yáng (阴阳) dans la pensée chinoise.

Aborder le fonctionnement des sociétés à travers la consommation permet de relativiser les explications classiques fondées sur l'idéologie politique libérale ou étatique. En effet, à la vue de la similarité de la croissance économique de deux pays aux idéologies opposées, comme les États-Unis ou la Chine, les explications « platoniciennes » par les idées, le néolibéralisme ou le communisme, par le marché ou l'État, ou encore par la décadence des valeurs occidentales comme justificatif des régimes antidémocratiques, comme en Asie ou aux États-Unis depuis

l'arrivée au pouvoir de Donald Trump et de James D. Vance, paraissent limitées. On peut avancer l'hypothèse, non pas que les idéologies ne servent à rien, mais qu'elles servent davantage à justifier les rapports de force qu'à expliquer l'action collective dans laquelle ces rapports de force sont encastrés.

L'analyse proposée par l'anthropologie stratégique (Desjeux, 2026a), en termes de contrôle des zones d'incertitude stratégiques, civiles ou militaires, ainsi que de contraintes matérielles, sociales et symboliques, semble un outil particulièrement pertinent en période de crise du multilatéralisme, du droit international, des valeurs humanistes et de la montée des populismes techno-autoritaires. Vinsel Lee (2019) montre, à partir du cas de la voiture américaine qui se développe dès la fin du XIX^{e} siècle, comment les progrès de leur sécurité, grâce à la mise en place de phares, de freins et de verres de sécurité, ont été la résultante d'un jeu permanent entre l'État et le marché, et donc des relations de pouvoir entre entreprises, experts et l'État en faveur de la standardisation, et donc de la régulation, voire contre elle.

Dans les années 2010, on assiste à une nouvelle convergence entre les économies occidentales et asiatiques. La Chine retrouve le même pouvoir économique qu'au XVIII^{e} siècle. Les BRICs (Brésil, Russie, Inde et Chine, etc.) sont en train d'entrer dans le modèle économique qui a émergé autour des années 1920 aux États-Unis, puis après 1945 dans l'Europe de l'Ouest et autour de 1980 en Chine.

La méthode anthropologique inductive et qualitative (Alami, Desjeux, Garabuau-Moussaoui, 2024), évoquée ici à travers toute une série d'enquêtes sur l'énergie, les innovations, la consommation et les déchets montre que nous sommes confrontés à des choix qui ressemblent à ceux qui se sont faits, de manière plus ou moins implicite, entre les XVIII^{e} et XIX^{e} siècles.

Aujourd'hui, la question de l'accès à la terre s'est élargie à celle de l'extraction des métaux rares – qui conditionne la consommation ou les usages du numérique et de l'intelligence artificielle – à la production de nouvelles énergies non fossiles, à l'implantation de data centers fortement consommateurs de foncier, d'eau et d'énergie, au contrôle de l'espace par des satellites civils et militaires, et à l'usage d'armes commandées par l'IA.

Ces accès, hier comme aujourd'hui, conditionnent le maintien de la consommation et d'un certain niveau de vie et de confort, que ce soit pour les pays riches ou pour ceux, comme la Chine, l'Inde et les pays du Sud-Est asiatique, dont la progression économique exige un nouveau partage des richesses, ce qui est particulièrement explosif socialement et, surtout, militairement (Allison, 2017 [2019]).

Bibliographie

ALAMI Sophie, DESJEUX Dominique, GARABUAU-MOUSSAOUI Isabelle, 2024. *Les méthodes qualitatives*, Paris, PUF.
ALLISON Graham, 2017 [2019]. *Vers la guerre. L'Amérique et la Chine dans le piège de Thucydide*, Paris, Odile Jacob.
ALTER Norbert, 2022. *Sans classe ni place. L'improbable histoire d'un garçon qui venait de nulle part,* Paris, PUF.

BAUDRILLARD Jean, 1970. *La société de consommation. Ses mythes et ses structures*, Paris, Denoël.
BOURDIEU Pierre, 1979. *La distinction : une critique sociale du jugement,* Paris, Minuit.
BRISEPIERRE Gaëtan, JOLY POUGET Mathilde, 2020. Approche sociologique du secteur de la distribution face à l'arrivée d'une nouvelle étiquette énergie sur l'électroménager, synthèse. Projet MECAPERF, ADEME (https://gbrisepierre.fr/wp-content/uploads/2021/07/GBS-MECAPERF-Synthese-etude-distributeurs-2021-VF.pdf).
BROOK Timothy, 2008 [2012]. *Le chapeau de Vermeer : Le XVIIe siècle à l'aube de la mondialisation*, Paris, Payot.
CALLON Michel, 1998. *The Laws of the Markets*, Oxford, Blackwell Publishers.
CAMPBELL Colin, 1985 [1995]. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism,* Oxford, Blackwell.
CHABAULT Vincent, 2017, *Sociologie de la consommation*, Paris, Dunod
CHABAULT Vincent, 2024. *Sociologie du commerce*, Paris, Armand Colin.
CHALMIN Philippe, JEGOUREL Yves, 2025, *Cyclope. Les marchés mondiaux*, Paris, Economica.
CHALMIN Philippe, GIRAUDO Alessandro, 2010. *Au temps des comptoirs. Les marchands à la conquête du monde. Venise, Malacca, Anvers, Chicago, Shanghai...,* Paris, François Bourin Éditeur.
CHATRIOT Alain, CHESSEL Marie-Emmanuelle, HILTON Mathiew (dir.), 2004. *Au nom du consommateur. Consommation et politique en Europe et aux États-Unis au XX^e siècle*, Postface de Patrick FRIDENSON, Paris, La Découverte.
CLARKE Alison J., 1999. *Tupperware. The promise of Plastic in 1950s America*, Washington, Smithsonian Institution Press.
COCHOY Franck, 2002. *Une sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché*, Paris, PUF.
DAUMAS Jean-Claude, 2018. *La révolution matérielle. Une histoire de la consommation : France XIX^e-XXI^e siècle*, Paris, Flammarion.
DESJEUX Dominique, 2005. *La consommation*, Que sais-je ? Paris, PUF
DESJEUX Dominique, 2017. https://consommations-et-societes.fr/2017-02-d-desjeux-les-metamorphoses-du-consommateur-producteur-distributeur-theconversation/
DESJEUX Dominique, 2018. *L'empreinte anthropologique du monde. Méthode inductive illustrée,* Bruxelles, Peter Lang.
DESJEUX Dominique, 2019. « Les échelles d'observation » : https://hal.science/hal-04997411
DESJEUX Dominique, 2021. https://consommations-et-societes.fr/2021-11-les-effets-inattendus-du-covid-sur-les-marches-comme-analyseur-des-changements-de-societe-et-de-la-montee-des-contraintes-d-desjeux/
DESJEUX Dominique, 2022. *Le marché des dieux. Comment naissent les innovations religieuses. Du judaïsme au christianisme*, Paris, PUF.
DESJEUX Dominique, 2026a : https://shs.cairn.info/rencontre-anthropologie-strategique-comprendre-le-monde-par-la-consommation?lang=fr
DESJEUX Dominique, 2026b. « Critique de l'hyperconsommation : archéologie d'un concept non stabilisé de dénonciation critique de la consommation », *in* HEILBRUNN Benoît, MOATI Philippe (dir.). *Consommer sans détruire. Entre messianisme et apocalypse, la voie étroite d'une consommation raisonnable*, Caen, EMS, p. 17-42.
DESJEUX Dominique, 2026c. https://consommations-et-societes.fr/2025-08-dominique-desjeux-make-america-gilded-again-ou-que-veut-dire-revenir-a-lage-du-dore-maga-a-lage-du-toc-une-periode-dexpansion-economique/
DESJEUX Dominique, 2026d, « La transition pour sortir de l'hyperconsommation : un enjeu conflictuel entre des acteurs aux intérêts contradictoires », *in* HEILBRUNN Benoît, MOATI

Philippe (dir.), *Consommer sans détruire, Entre messianisme et apocalypse, la voie étroite d'une consommation raisonnable*, Caen, Éditions EMS, p. 107-132.
DESJEUX Dominique et al., 1996. *Anthropologie de l'électricité. Les objets électriques dans la vie quotidienne en France*, Paris, L'Harmattan.
DESJEUX Dominique, CLOCHARD Fabrice, 2001. https://consommations-et-societes.fr/2001-d-desjeux-f-clochard-la-vente-a-distance-vad/
DESJEUX Dominique, YANG Xiaomin, 2019. https://consommations-et-societes.fr/une-approche-anthropologique-de-la-beaute-en-chine/
DESJEUX Dominique, DESJEUX Cyril, 2019 ; une vidéo sur handicap et consommation : https://studio.youtube.com/video/U7NEuxT98uc/edit
DESJEUX Dominique, SARRAT Charlotte. 2020, https://consommations-et-societes.fr/le-confinement-du-covid-19-ou-la-%e2%80%89mise-en-marge%e2%80%89-des-francais-mars-mai-2020/
DOBRE Michelle, JUAN Salvador (dir.), 2009, *Consommer autrement. La réforme écologique des modes de vie*, Paris, L'Harmattan.
DOBRE Michèle, 2002, *L'écologie au quotidien*, *éléments pour une théorie sociologique de la résistance ordinaire*, Paris, L'Harmattan.
DOUGLAS Mary, ISHERWOOD Baron, 1979 [2008]. Pour une anthropologie de la consommation. Le monde des biens, Paris, Institut français de la Mode.
DUCOURANT Hélène, PERRIN-HEREDIA Ana, 2019. *Sociologie de la consommation*, Paris, Armand Colin
DUBUISSON-QUELLIER Sophie, 2009. *La consommation engagée*, Paris, Presses de la FNSP.
DUMAZEDIER Joffre, 1962 [1972]. *Vers une société du loisir ?* Paris, Le Seuil.
DUPUY François, THOENIG Jean Claude, 1986. *la Loi du marché : l'électroménager en France, aux États-Unis et au Japon*, Paris, L'Harmattan.
DURAND Jean-Pierre, 2004. *La chaîne invisible. Travailler aujourd'hui : flux tendu et servitude volontaire*, Paris, Le Seuil.
FAGAN Brian, 2015 [2017]. *La grande histoire de ce que nous devons aux animaux*, Paris, Librairie Vuibert.
FARRELL Henry, NEWMAN Abraham, 2022 [2024]. *L 'Empire souterrain. Comment les États-Unis ont fait des réseaux mondiaux une arme de guerre*, Paris, Odile Jacob.
FINE Ben & LEOPOLD Ellen, 1993. *The world of Consumption*, London, Routledge.
FRANKOPAN Peter, 2016 [2017]. *Les routes de la soie*, Paris, Nevicata.
GAULEJAC Vincent (de), 1987. *La névrose de classe,* Paris, Hommes et groupes.
GOBLOT Edmond, 1925 [1984], *La barrière et le niveau*, Brionne, Gerard Monfort éditeur
GODELIER Maurice, 2023. *Quand l'Occident s'empare du monde (XV^{e}-XXI^{e} siècle). Peut-on se moderniser sans s'occidentaliser ?* Paris, CNRS Editions.
HALBWACHS Maurice, 1912 [1970]. *La classe ouvrière et les niveaux de vie. Recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*, Paris, Gordon et Breach.
MELBIN Murray, 1987. *Night as Frontier: Colonizing the World After Dark*, New York, Free Press.
PACKARD Vance, 1960 [1962]. *L'art du gaspillage*, Paris, Calmann-Lévy.
LE ROY LADURIE Emmanuel, 1967 [2020]. *Histoire du climat depuis l'an mil*, Paris, Flammarion.
MADON Julie, 2024. *Faire durer les objets*, Paris, Presses de la FNSP.
MARKS, Robert B., 2007. *The Origins of the Modern World. A Global and Ecological Narrative from the Fifteenth to the Twenty-First Century,* Lanham (USA), Rowman & Littlefield Publishers Inc.
MEYNAUD Jean, 1964. *Les consommateurs et le pouvoir*, Lausanne, Études de science politique.
MOATI Philippe, 2001. *L'avenir de la grande distribution*, Paris, Odile Jacob.

POMERANZ Kenneth, 2009. *La force de l'empire. Révolution industrielle et écologie, ou pourquoi l'Angleterre a fait mieux que la Chine*, Éditions Ere.
POMERANZ Kenneth, 2000 [2010]. *Une grande divergence. La Chine, l'Europe et la construction de l'économie mondiale,* Paris, Albin Michel.
PORCHER Simon, 2026. « L'eau invisible des chaînes de valeur mondialisées », *The Conversation*, 22 janvier. : https://bit.ly/45s2Zcb
RITZER George, 1996 [1998]. *Tous rationalisés ! La Mc Donaldisation de la société*, Paris Alban.
ROCHE Daniel, 1997. *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVII^e^-XIX^e^ siècle,* Paris, Fayard.
SALLMAN Jean Michel, 2011. *Le grand désenclavement du monde. 1200-1600*, Paris, Payot.
TRENTMAN Frank, 2016. *Empire of Things. How we became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first*, London, Penguin Books.
SALOMON Michael, TISSIER DESBORDES Elisabeth, HEILBRUNN Benoît (dir.), 2005. *Comportement du consommateur*, Montreuil, Pearson.
SCHIVELBUSCH Wolfgang, 1977 [1990]. *Histoire des voyages en train,* Paris Gallimard
TARDE Gabriel, 1890 [2001]. *Les lois de l'imitation,* Paris, Les empêcheurs de penser en rond.
TRENTMANN Frank (dir.), 2012 [2013]. *The Oxford Handbook of The History of Consumption*, Oxford, Oxford University Press.
VEBLEN Thorsten, 1899 [1970]). *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard.
VIARD Jean, 2002 [2004]. *Le sacre du temps libre*, la tour d'Aigues, l'Aube.
VINSEL Lee, 2019. *Moving Violations. Automobiles, Experts, and Regulations in the United States*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
WIEVIORKA Michel, 1977. *L'État, le patronat et les consommateurs*, Paris, PUF.
WILLS John E. Jr, 1994. "European consumption and Asian production in the seventeenth and eighteenth centuries", *in* BREWER John, PORTER Roy (eds.), 1994. *Consumption and the World of Goods*, London, Routledge, p. 133-147.

Paris 10 Février 2026