



**Lectures**  
Les comptes rendus

---

## **Sophie Dubuisson-Quellier, *La Consommation engagée***

Julien Pongérard

---



### **Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/lectures/25111>

ISSN : 2116-5289

### **Éditeur**

Centre Max Weber

Ce document vous est offert par École Normale Supérieure Paris-Saclay



### **Référence électronique**

Julien Pongérard, « Sophie Dubuisson-Quellier, *La Consommation engagée* », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, 2018, mis en ligne le 27 juin 2018, consulté le 04 juillet 2018. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/25111>

---

Ce document a été généré automatiquement le 4 juillet 2018.

© Lectures - Toute reproduction interdite sans autorisation explicite de la rédaction / Any replication is submitted to the authorization of the editors

---

# Sophie Dubuisson-Quellier, *La Consommation engagée*

Julien Pongérard

---

- <sup>1</sup> La consommation engagée, vaste ensemble de « formes de mobilisation » qui « ont en commun de faire de la consommation un mode d'expression de choix politiques » (p. 7), faisait en 2009 l'objet d'un ouvrage de Sophie Dubuisson-Quellier devenu depuis un manuel de référence sur le sujet<sup>1</sup>. À l'heure où la mobilisation des consommateurs semble étendre constamment son domaine – des labels du commerce équitable dans les rayons des supermarchés aux appels au boycott sur les réseaux sociaux, en passant par les circuits courts de distribution –, la réédition de cette synthèse didactique paraît opportune. Quoique l'actualisation de l'ouvrage reste limitée à quelques ajouts ponctuels et une réorganisation du dernier chapitre, elle permet à l'auteure de mettre l'accent sur des formes originales de mobilisation politique des consommateurs, par un changement de leurs modes de vie ; et d'insister sur des pistes de réflexion pour une étude critique de la consommation engagée. Bien qu'il ne présente pas de nouveaux résultats de recherche, l'ouvrage constitue toujours un excellent guide pour s'orienter dans le vaste univers des études sur l'engagement politique à travers la consommation, et il ouvre à la voie à de futurs travaux.
- <sup>2</sup> En soulignant le caractère diffus et disparate des formes de consommation engagée, Sophie Dubuisson-Quellier présente au fil de l'ouvrage une grande variété de modes d'action qui en relèvent, et interroge les diverses significations et portées de ces actes. Le premier chapitre est consacré à un retour historique sur différentes formes de consommation engagée qui apparaissent à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle dans plusieurs pays. Les évolutions de la consommation engagée sont mises en parallèle avec celles des structures de la consommation elle-même, notamment avec l'avènement, dans les années 1950 aux États-Unis, d'une « république des consommateurs »<sup>2</sup>, un nouveau pacte social rendu possible par une économie productiviste et qui s'étend ensuite dans le monde occidental. Dans les chapitres 2 et 3, les modes d'action de la consommation engagée sont décrits au prisme de deux principales causes d'engagement des consommateurs : la préservation de l'environnement et la justice sociale. On retrouve ici un répertoire d'action classique, et

normalisé, avec par exemple les dispositifs de boycotts et de *buycotts*, que l'auteure présente comme visant non seulement à exercer une pression économique sur des entreprises pour qu'elles abandonnent des pratiques socialement ou écologiquement néfastes, mais aussi et surtout à stigmatiser ces entreprises, choisies pour leur notoriété, afin que des pratiques plus vertueuses se diffusent par entraînement. L'auteure se penche enfin, dans les chapitres 4 et 5, sur des formes d'engagement plus « singulières » (p. 10), qui passent par une modification profonde des modes de vie, la construction de systèmes d'échange alternatifs au marché, ou des actions sortant du répertoire normalisé de la consommation engagée. Ces modes d'action invitent à repenser la structure des circuits d'échange, qu'ils soient refondés à l'échelle locale (circuits courts), sur d'autres unités de valeur que la monnaie (systèmes d'échange local), ou en mettant en œuvre un rejet de la propriété privée et des logiques marchandes néolibérales (habitats collectifs). Plutôt que des tentatives de changer le système marchand de l'intérieur, ces modes d'action constituent des attaques, symboliques ou matérielles, contre les structures de la consommation de masse : l'auteure le montre à travers l'exemple de la désobéissance civile des *freegans* (qui se nourrissent de nourriture jetée par l'industrie agro-alimentaire), et celui des actions collectives « anti-pub ».

- 3 L'ouvrage fait la part belle à la description des collectifs plus ou moins formels (des associations de consommateurs à la nébuleuse des anti-pub) et aux enjeux d'organisation qu'ils suscitent. L'auteure montre ainsi au chapitre 1 que les coopératives sont apparues comme « un moyen de mobiliser les masses pour des projets politiques variés » (p. 15), entre coopératives ouvrières à vocation autogestionnaire et coopératives encadrées par le patronat visant à inculquer aux ouvriers des valeurs bourgeoises. Au-delà de ces questions d'organisation, l'ouvrage interroge les mécanismes collectifs à l'œuvre derrière la dimension individuelle apparente de la consommation. Lorsque les pratiques de consommation sont influencées par l'objectif plus large d'une transformation des structures économiques et sociales, elles prennent un sens politique et s'inscrivent alors dans des dynamiques collectives. L'auteure le montre en s'appuyant sur la grille d'analyse de Hirschman<sup>3</sup>, qui étudie le changement social à travers le processus de « défection » et de « prise de parole ». Les actes individuels de consommation engagée (boycotts, choix de produits labellisés, adoption de régime végétarien, etc.) ne consistent pas simplement à abandonner certains produits ou pratiques, ils s'accompagnent d'une prise de parole, par exemple à travers des campagnes d'opinion menées par des associations militantes ou des syndicats. Cette prise de parole au nom des consommateurs donne aux actes individuels de consommation engagée un sens collectif et une portée politique ; elle constitue un enjeu à part entière des dispositifs de mobilisation. Or, l'auteure explique que la représentation des consommateurs a été progressivement institutionnalisée, par des « administrations publiques, des associations de défense de consommateurs qui en sont souvent proches », ou les départements marketing de grandes entreprises. Cela a eu pour conséquence d'« orient[er] cette représentation vers la défense des intérêts des consommateurs plutôt que vers la mise en cause de leur responsabilité collective » (p. 12). Ces institutions font en effet partie intégrante d'un modèle social fondé sur la consommation de masse, et promeuvent des objectifs d'engagement susceptibles de porter une critique *au sein* des systèmes marchands, et vers une modification à la marge des comportements de consommation, plutôt que *contre* eux.
- 4 Sophie Dubuisson-Quellier mène ainsi une analyse critique de la consommation engagée, notamment lorsqu'elle pointe l'ambiguïté entre la contestation qui se situe dans des

structures marchandes et celle qui opère hors de ce cadre. Cette question est largement décryptée au fil des chapitres et à travers de nombreux exemples. Dans une section significativement nommée « marchandisation de la justice sociale » (p. 68-75), l'auteure présente notamment deux dispositifs alternatifs : celui de la labellisation du commerce « équitable », d'une part, et celui de la construction d'une filière intégrée de commerce « éthique », qui comprend des lieux de distribution spécifiques, de l'autre. Le succès (relatif) du commerce équitable labellisé est celui d'une démarche qui s'inscrit dans les structures marchandes plus qu'elle ne les conteste. En reprenant les analyses de Micheletti<sup>4</sup>, l'auteure explique que les labels sont un symbole de ces dispositifs d'engagement qui « procèdent d'une responsabilisation des consommateurs très en phase avec les idéologies néolibérales en vigueur » (p. 48). Elle souligne en conclusion que la consommation engagée peut contribuer à « étendre le marché » (p. 141), en introduisant de nouveaux biens et services à destination de consommateurs engagés, plutôt qu'à le remettre en cause. C'est en partie en réaction à cette récupération marchande de la contestation que l'on peut comprendre l'émergence des collectifs présentés dans le dernier chapitre – remanié dans cette seconde édition, et accompagné par l'ajout, p. 44-47, d'une section sur d'autres mouvements : « végétarisme, végétalisme, véganisme ». Ces collectifs promeuvent des formes plus radicales d'engagement et la construction de dispositifs marchands alternatifs ; ils cherchent à impliquer les consommateurs eux-mêmes au cœur de la gouvernance des systèmes économiques (comme dans le cas des AMAP, Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne). Ils visent explicitement à remettre en cause les structures de la consommation et sa place dans les sociétés contemporaines, mais ne permettent pas de dépasser une autre limite de la consommation engagée : sa segmentation sociale. Dubuisson-Quellier le souligne dans cette seconde édition, en introduisant notamment une référence aux travaux de Bourdieu<sup>5</sup>. Il apparaît en effet que la consommation engagée est avant tout le fait de femmes de moins de 35 ans possédant un fort capital culturel ; elle compose le « répertoire culturel d'un groupe social très spécifique » (p. 8), un répertoire mobilisable pour des enjeux variés.

- 5 On pourra regretter que des enjeux importants évoqués en conclusion ne fassent pas l'objet d'analyses plus développées, comme la proximité culturelle entre militants de la consommation engagée et journalistes, mais aussi et surtout le rôle des réseaux sociaux numériques – comment la consommation engagée s'en saisit, et ce qu'ils lui font. Cette seconde édition à l'ère du web 2.0 aurait pu être l'occasion de s'y pencher. Cependant, neuf ans après la parution initiale de l'ouvrage, ses conclusions restent d'actualité. Cette synthèse érudite de travaux internationaux constitue une mine de ressources pour les lecteur-trices, et ouvre des perspectives de recherche en pointant çà et là des manques dans les travaux français. Les pistes de réflexion proposées à propos de l'engagement politique et la défense de projets collectifs à travers la consommation offrent un point de vue original sur les tentatives de bouleversement des structures économiques, à l'heure où celles-ci sont souvent analysées à travers les dispositifs marchands d'une économie s'auto-proclamant « collaborative ».

---

## NOTES

1. La première édition a déjà fait l'objet d'un compte -rendu de la part d'Igor Martinache en 2011 : <https://journals.openedition.org/lectures/751>.
  2. Cohen Lizabeth, *A Consumer's Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York, Vintage Books, 2003.
  3. Hirschman Albert O., *Face au déclin des entreprises et des institutions*, Paris, Les éditions ouvrières, 1972.
  4. Micheletti Michele, *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism, and Collective Action*, Basingstoke, Palgrave MacMillan, 2003.
  5. Bourdieu Pierre, *La Distinction. Critique Sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.
- 

## AUTEUR

### **JULIEN PONGÉRARD**

Julien Pongérard est élève au département de sciences sociales de l'École normale supérieure Paris-Saclay.