

Pour les sociétés d'Europe occidentale, la période de prospérité économique qui a suivi la Seconde guerre mondiale a été marquée par un accès grandissant à de nouveaux biens : machines domestiques en tous genres - automobiles, appareils ménagers -, biens culturels et médiatiques, vêtements en prêt-à-porter, aliments conditionnés, etc. L'essor de ce qu'il est convenu d'appeler la « consommation de masse » a provoqué un déplacement des savoir-faire au sein des ménages : pour les femmes, mais aussi pour les hommes, il s'agissait de moins en moins de savoir produire et de plus en plus de savoir choisir.

Ces journées d'études souhaitent mettre l'accent sur une étape du processus de consommation, incontournable et pourtant souvent occultée dans les études historiques : l'acte d'achat. L'acquisition progressive de biens nouveaux a en effet supposé pour les consommateurs novices de développer des savoirs et des compétences spécifiques. Où acheter ces produits ? Comment choisir parmi une pluralité d'offres concurrentes ? Comment évaluer leur qualité et estimer leur prix ? Quelle place accorder à ces dépenses nouvelles dans le budget ? Comment planifier ces achats dans le temps ? Ces questions, qui caractérisent encore aujourd'hui notre expérience commune d'acheteurs, se sont posées avec une acuité particulière aux générations qui ont vécu le passage à la consommation de masse.

Comme tout apprentissage, l'art d'acheter a supposé l'existence de lieux et de dispositifs d'éducation. L'objectif de ces journées d'études est double. D'une part, il s'agira de mettre en évidence la coïncidence chronologique entre une massification de la consommation et l'émergence d'institutions et de professions visant à accompagner les acheteurs dans leur décision (conseillères ménagères, associations de défense des consommateurs, presse féminine ou technique, organismes de tests et de certification, organismes de crédit, etc.). D'autre part, il conviendra d'analyser les discours prescriptifs transmis par ces dispositifs d'éducation. Dans quelle mesure ces discours reprennent-ils les arguments des fabricants et des distributeurs ? Les acheteurs les acceptent-ils ou les détournent-ils ?

Ces journées d'études exploreront ces différents aspects en s'appuyant sur les recherches récentes dans le domaine de l'histoire de la consommation tout en empruntant des outils d'analyse à la sociologie économique et à la sociologie des techniques.

## L'art *et la* manière d'acheter

Apprendre à consommer  
en Europe dans le second XX<sup>e</sup> siècle

Jeudi 29  
vendredi 30  
novembre 2012

Maison Suger  
16-18 rue Suger  
75 006 Paris



Contacts :  
sabine.effosse@u-paris10.fr  
claireleymonerie@yahoo.fr



Journées d'études  
organisées par  
Sabine Effosse et  
Claire Leymonerie

## Jeudi 29 novembre

9h15 – Accueil des participants

9h30 – **Sabine Effosse**, professeur d'histoire à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense et **Claire Leymonerie**, secrétaire scientifique de l'Institut pour l'histoire de l'aluminium  
Introduction

### Devenir acheteur : médiations, organisations, moralisation

Présidence : **Marie-Emmanuelle Chessel**,  
directrice de recherche au CNRS, CRH, EHESS

10h00 – **Jackie Clarke**, University of Southampton  
« Travail et apprentissage de la consommation chez Moulinex »

10h30 – **Rebecca Pulju**, professeur assistante d'histoire, Kent State University  
« Responsabiliser et discipliner les consommatrices dans les années d'après-guerre, 1944-1968 »

11h00 – **Isabelle Gaillard**, maître de conférences d'histoire, Université Pierre Mendès-France, LAHRHA  
« Du discours aux actes : l'émergence de "consommateurs-télespectateurs" ? »

11h30 – Discussion

### Financer ses achats : incitation, protection, éducation

Présidence : **Michel Lescure**,  
professeur émérite d'histoire, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, IDHE

14h00 – **Sabine Effosse**, professeur d'histoire contemporaine, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, IDHE, IUF  
« "Vendez, nous ferons le reste" : le rôle du vendeur dans la promotion du crédit à la consommation en France à travers l'exemple des correspondants agréés du Cetelem, 1953-1965. »

14h30 – **Orsi Husz**, professeur d'histoire économique, Université d'Uppsala  
« Selling money by keeping it in the bank. The promotional campaigns for checking accounts in Sweden, 1950s- 1970s »

15h15 – **Sean O'Connell**, professeur d'histoire contemporaine, Queen's University  
« The female consumer, credit, and consumer protection in post-war Britain »

16h00 – **Jeanne Lazarus**, chargée de recherche au CNRS, CSO, Sciences-Po  
« Peut-on consommer des produits financiers ? ».

16h30 – Discussion

## Vendredi 30 novembre

9h15 – Accueil des participants

### Apprendre à choisir : situations, dispositifs, points de repères

Présidence : **Laurence Fontaine**,  
directrice de recherche au CNRS, CMH, EHESS/ENS

9h30 – **Pierre-Antoine Dessaux**, maître de conférences d'histoire, Université François-Rabelais, LEA  
« Apprendre à faire son marché, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle »

10h00 – **Franck Cochoy**, professeur de sociologie, Université Toulouse Le Mirail, CERTOP  
« Les dispositifs d'achat ou l'art du "faire laisser-faire". Les leçons de Progressive Grocer (1929-1959) ».

10h30 – **Claire Leymonerie**, secrétaire scientifique de l'Institut pour l'histoire de l'aluminium  
« Labels et certifications des appareils ménagers dans les années 1950 : de nouveaux repères pour les consommateurs ».

11h00 – **Vincent Chabault**, maître de conférences de sociologie, Université Paris Descartes, Cerlis  
« Acheter la culture. Innovations dans la distribution et socialisation du consommateur à la FNAC »

11h30 – Discussion générale et conclusions

