

LA LOI DE 1905 SUR LA RÉPRESSION DES FRAUDES : UN LEVIER DÉCISIF POUR L'ENGAGEMENT POLITIQUE DES QUESTIONS DE CONSOMMATION ?

Roland Canu^{*} et Franck Cochoy^{**}

Résumé. L'article étudie la contribution de la loi de 1905 sur la répression des fraudes à l'émergence d'une liaison stable et globale entre enjeux « consommatifs » et politiques. Certes, cette loi fut d'abord totalement étrangère à une éventuelle politique de la consommation. À l'origine en effet, la loi de 1905 a beaucoup moins visé à défendre les acheteurs qu'à garantir aux producteurs et vendeurs les conditions d'une concurrence loyale et d'un « commerce honnête », poursuivant en cela des objectifs purement économiques conformes au dogme libéral. Néanmoins, ce dispositif destiné à réguler la concurrence entre producteurs a rapidement été converti en « levier » pour la protection des consommateurs. En effet, en subordonnant l'examen des litiges portant sur les fraudes à l'expertise de la science, la loi de 1905 a fourni des points d'appui à la fois humains et matériels pour l'instauration de débats publics approfondis autour des rapports marchands, et l'engagement/l'usage politiques ultérieurs des questions de consommation.

Mots-clés : répression des fraudes, histoire, consommation, politique, droit, science, marché, qualité

Abstract. This paper examines the contribution of the 1905 French law on frauds to the emergence of a stable and global link between consumption and politics. At its very beginnings, this law had no connexion with the politics of consumption; it was not oriented towards consumer protection; rather, it was designed to guarantee fair competition to producers and retailers — in accordance with the pure economic objectives of the free market economy. Nevertheless, this device aimed at regulating the competition between producers quickly became a “lever” for consumer protection. Indeed, by submitting fraud cases to scientific expertises, the 1905 law gave some human and material anchorage points for the inception of public debates about market relationships, and for the later so-called politics of consumption.

Key words: fraud regulation, history, consumption, politics, law, science, market, product quality

^{*} Doctorant, CERTOP, UMR-CNRS 5044, Maison de la Recherche, Université Toulouse II, 5, allées Antonio Machado, 31058, Toulouse Cedex, roland.canu@club-internet.fr.

^{**} Professeur de sociologie, CERTOP, UMR CNRS 5044, Maison de la Recherche, Université Toulouse II, 5, allées Antonio Machado, 31058, Toulouse Cedex, cochoy@univ-tlse2.fr

Consommation et politique entretiennent depuis longtemps un rapport paradoxal. D'un côté, les enjeux politiques n'ont jamais été très éloignés des questions de consommation, tant les problèmes alimentaires ont partie liée, même de façon indirecte, à la cohésion et à l'ordre social — on devrait le savoir au moins depuis ces fameux 5 et 6 octobre 1789 où des ménagères et des chômeurs sont venus secouer les grilles de Versailles pour réclamer du pain. D'un autre côté les acteurs — autorités publiques mais aussi consommateurs — ont longtemps tardé à reconnaître et à fonder un lien stable et global entre consommation et politique. En France, le consumérisme moderne n'apparaît qu'au début du XX^e siècle, et il faut attendre l'après deuxième guerre mondiale (1947) pour que soient créés un bureau puis un secrétariat d'État consacrés aux questions de consommation (Pinto, 1990)... un délai à quelque chose près aussi long que celui imposé aux femmes pour l'obtention du droit de vote !¹ En revanche, la relative faiblesse des mouvements de consommateurs et d'une réelle politique de la consommation dans la première moitié du XX^e siècle — malgré les multiples initiatives de la période — contraste à première vue avec la puissance des milieux d'affaires qui, à la même époque, apprennent à agir sur leurs marchés, à cibler leurs clientèles, et façonnent de plus en plus les comportements d'achat, grâce à l'emploi de techniques nouvelles comme la publicité (Chessel, 1998) ou le marketing (Cochoy, 1999). Comprendre ce paradoxe, c'est examiner les conditions nécessaires à l'engagement politique des questions de consommation, c'est étudier l'émergence conjointe de la consommation et du consommateur comme enjeu et acteur de plein droit.

« De plein droit » : cette expression mérite selon nous d'être prise au pied de la lettre, c'est-à-dire au sens d'« institué par l'ordre juridique ». Plus précisément, nous voudrions montrer ici dans quelle mesure la loi de 1905 sur la répression des fraudes a favorisé l'émergence d'une liaison formelle, générale et durable entre enjeux « consommatifs » et politiques². Nous verrons en premier lieu que cette loi fut d'abord totalement étrangère à une éventuelle politique de la consommation (éclatée et/ou balbutiante lors de sa promulgation) ou avec les mouvements pour une consommation politisée (lesquels semblent l'avoir ignorée). À l'origine en effet, la loi de 1905 a beaucoup moins visé à défendre les acheteurs qu'à garantir aux producteurs et vendeurs les conditions d'une concurrence loyale et d'un « commerce honnête », poursuivant en cela des objectifs purement économiques conformes au dogme libéral. Néanmoins, l'examen attentif de la loi et de l'histoire de sa mise en œuvre nous montrera ensuite comment ce dispositif destiné à réguler la concurrence entre producteurs fut rapidement converti en « levier » pour la protection des consommateurs. En effet, en subordonnant l'examen des litiges portant sur les fraudes à une expertise scientifique instrumentée par des laboratoires, la loi de 1905 a fourni des points d'appui à la fois humains et matériels pour l'instauration de débats publics approfondis autour des rapports marchands, et l'engagement/l'usage politiques ultérieurs des questions de consommation. Nous verrons ainsi que si les consommateurs ont négligé les fraudes qui agitaient tant les producteurs, préférant orienter leurs revendications vers de simples (mais vitaux) problèmes de prix, les

1. On peut d'ailleurs s'interroger sur le lien clandestin qu'entretiennent ces deux avancées tant, comme nous le verrons, les femmes sont indissociables de l'usage politique des questions de consommation.

2. Il va de soi qu'il existe des liens très anciens et constants entre consommation et autorités politiques ; depuis le Moyen-âge, le contrôle de la commercialisation des biens alimentaires a retenu l'attention non seulement des métiers, mais aussi des autorités municipales, voire royales, dans un contexte où l'absence de certitudes scientifiques et les carences de l'hygiène multipliaient les problèmes sanitaires et aiguïsaient les peurs alimentaires (et donc le besoin d'une régulation appropriée). Mais ce n'est qu'avec l'avènement de l'hygiène, des sciences modernes (biologie, chimie) et des grandes lois de sécurité sanitaire que l'on passera de règles de « police » locales et dispersées encadrant la commercialisation des produits aux prémises d'une véritable « politique » nationale de la consommation (Ferrières, 2002).

enjeux politiques extérieurs à l'approche de la guerre et la diminution sensible des revendications des producteurs ont amené l'État à se soucier davantage de l'intégrité physique des citoyens, et donc à s'orienter vers une politique de la consommation plus affirmée³.

LA LOI DE 1905 COMME POLITIQUE DE LA PRODUCTION

Au début du XX^e siècle l'État français, convaincu des bienfaits du libéralisme économique (du moins à l'intérieur des frontières, bien à l'abri des droits de douane, Cf. les tarifs de 1872 puis de 1892 !), laisse le soin aux mécanismes du marché de réguler la rencontre entre l'offre et la demande (Cf. par exemple les lois de 1863 et de 1867 qui permettent aux sociétés anonymes d'être constituées sans l'autorisation de l'État). Or les mécanismes en question ne font pas aussi bien les choses que ne le voudrait la théorie ; la liberté commerciale organisée et protégée par le pouvoir politique depuis près d'un siècle est notamment à l'origine d'un déséquilibre chronique entre les pouvoirs respectifs des consommateurs et des producteurs. Dans leurs « arrières-boutiques », profitant de l'ignorance des consommateurs et de l'inefficacité des cadres juridiques, certains producteurs et vendeurs mettent en œuvre des procédés peu avouables destinés à rendre leurs produits plus attrayants qu'ils ne le sont vraiment et donc à tromper les consommateurs potentiels⁴. Dans ces conditions, la fraude commerciale, telle une maladie économique contagieuse, peut facilement se propager et atteindre le commerçant honnête qui, par découragement, incapable de s'aligner sur les prix pratiqués par une concurrence peu scrupuleuse, cède aux sirènes d'un commerce malhonnête beaucoup plus lucratif. Comme George A Akerlof (1970) le démontrera beaucoup plus tard, dans une telle situation le produit médiocre — moins cher à produire mais vendu pour l'original à un prix égal ou inférieur — devient de plus en plus courant et finit par évincer les bons produits du jeu marchand. Les mécanismes du marché conduisent alors au remplacement d'une sélection (considérée comme) naturelle et vertueuse (« que le meilleur gagne ») à une sélection adverse et perverse (« le mauvais produit chasse le bon ») (Féral, 1995, 72).

Sans doute, la fraude est endémique aux relations de marché et sa mise au jour comme sa régulation au tournant du XX^e siècle n'ont rien de véritablement nouveau (Ferrières, 2002). Par exemple Anne Lhuissier, dans sa thèse consacrée à la réforme de l'alimentation populaire à partir du milieu du XIX^e siècle (Lhuissier, 2002), montre bien à la fois la récurrence des problèmes de falsification — Cf. par exemple l'attitude des bouchers qui profitent allègrement de la méconnaissance des consommateurs quant à la nature exacte de la viande et des morceaux — et la mise en place d'une série de mesures destinées à contrecarrer/réprimer la fraude (les boucheries municipales, les nomenclatures bouchères ou la segmentation qualitative des points de vente, mais aussi plus généralement la loi de 1851 ou la loi du 21

3. Ce texte a fait l'objet de présentations orales dans le cadre des séminaires de l'IDHE à l'ENS Cachan et du DEA de l'IEP de Paris. Nous tenons à remercier Pierre François et Werner Ackerman (IEP), Gilles Bastin, Alessandro Stanziani et Pierre-Paul Zalio (IDHE) qui ont organisé et/ou participé à ces séminaires, ainsi que tous ceux — anonymes ou non — dont les commentaires nous ont aidé à préciser notre argument. Notre gratitude va en particulier à Martin Bruegel, Marie Chessel et Lucie Paquy. Bien entendu les propos tenus ici n'engagent que les auteurs.

4. Cf. par exemple cette recette digne d'un grimoire de sorcière destinée à la falsification des vins : « Dans un fût défoncé, mettre un kilo d'acide tartrique, un kilo d'acide citrique, un kilo d'acide sulfurique. Jeter dessus un litre ou deux d'eau froide pour éviter l'explosion, puis mettre environ soixante litres d'eau bouillante, agiter avec un bâton et jeter dedans 10 kilos de sucre. Tenir le tout en mouvement en agitant pendant demi-heure. Le sirop ainsi obtenu est prêt à employer. Vous savez qu'il faut environ 100 kg de sucre pour 6 hectos de vin à obtenir à 10 degrés. Le mélange ci-dessus est bon pour 6 hectos, et on le renouvelle autant de fois que nécessaire. » (cité in Napo, 1907, p 25).

juillet 1881 sur la police sanitaire des animaux). Toutes ces mesures montrent si besoin était que le problème était à la fois connu et pris en compte. D'ailleurs, le fléau de la fraude n'avait pas échappé aux précurseurs du consumérisme : le leader du mouvement coopératif Charles Gide (professeur d'économie politique à la faculté de droit de Paris) observait que « la falsification des denrées est devenue un art véritable et qui nous fait consommer chaque jour du café de chicorée, du beurre de margarine, du vin fait sans raisins, et du lait sans vache ni chèvre. » (Gide, 2001a, 321).

Mais une chose est d'inventorier l'existence de problèmes, de lanceurs d'alerte et de solutions, une autre est d'en mesurer la prégnance, la généralité et l'efficacité. Les initiatives des « réformateurs municipaux » pour améliorer le contrôle de la qualité des produits (Lhuissier, 2002) ne constituent en rien un règlement global, dans un contexte marqué par l'« ankylose de l'appareil politique » en matière de protection du consommateur (Ferrières, 2002, 395). La loi de 1851 n'a pas eu l'effet escompté, en raison d'une part d'un manque de cohérence entre des ministères du Commerce, des Finances et de la Justice soumis chacun à des intérêts particuliers (Stanziani, 2003a) mais aussi, d'autre part, de la faiblesse des savoirs, des procédures et des institutions susceptibles d'attester la fraude (Stanziani, 2002). Quant au mouvement coopératif, certes considérable, son examen attentif montre qu'il a davantage été orienté vers la recherche du contrôle politique de l'économie par les travailleurs que vers la maîtrise de la qualité des produits par les consommateurs (Furlough, 1991)⁵. Au total, il semble bien, comme le note Pierre-Antoine Dessaux (2003), que « Jusqu'à la fin du XIX^e siècle, le souci public de l'alimentation du peuple s'est largement cantonné aux problèmes de l'indigence, de la disette ou encore de la régulation des prix des denrées jugées essentielles ».

En revanche, si en ce début du XX^e siècle peu d'acteurs extérieurs aux mondes productif et commercial se mobilisent pour obtenir une politique globale en matière de qualité des produits, certains acteurs de l'offre — producteurs ou commerçants — excédés de lutter à armes inégales sur un marché en pleine transformation, manifestent dans la coulisse de leur milieu professionnel leur incompréhension et leur rancœur à l'égard de la fraude, cette concurrence déloyale dont ils seraient les victimes⁶. Les tensions générées par la fraude touchent particulièrement le secteur viticole qui, encore traumatisé par les ravages du phylloxéra, doit désormais faire face à la concurrence naissante des produits étrangers. Le sentiment d'une intervention politique renforcée germe alors dans l'esprit des viticulteurs, justifié par le désir d'encadrer cette concurrence, de contrôler les nouveaux acteurs du commerce — les intermédiaires — et d'établir une réglementation capable de rétablir l'égalité professionnelle, de garantir les mécanismes naturels du marché.

Cette pression des milieux professionnels agricoles est particulièrement perceptible dans les débats parlementaires consacrés à la mise au point de la loi de 1905 sur la répression des fraudes. Par exemple, lors de la séance du jeudi 1^{er} décembre 1904, deux représentants de la sphère agricole, M. Léon Mougeot, ministre de l'agriculture en fonction et M. Dujardin-

5. Au vu de ces trois points, on peut se demander si l'effervescence de la « nébuleuse réformatrice » du tournant du siècle (Topalov, 1999) n'a pas été à la fois le symptôme et le remède de la carence des autorités politiques centrales de cette époque.

6. Le fait que les acteurs ne partagent plus la même définition des produits — notamment depuis l'introduction et la mise en œuvre de nouvelles technologies et d'innovations scientifiques dans les modes de production — contribue largement à cette mise en cause de la fraude ; en d'autres termes, la nouvelle configuration du marché, en provoquant l'éclatement des « conventions de qualité » en vigueur à l'époque, participe de cette coalition des producteurs contre « ceux qui ne respectent plus les règles du jeu » (Sur ce point Cf. Stanziani, 2003b).

Beaumetz, président de la commission de l'agriculture, prennent la parole, tandis que les autres ministères comme celui du commerce ou d'autres groupes de pression ne délèguent aucun représentant. Rejoignant d'autres impératifs économiques (l'image des produits français sur les marchés nationaux et étrangers) et sanitaires (la pression du mouvement hygiéniste national et international), l'impact de la fraude sur les marchés pousse ainsi les autorités publiques à promulguer, en août 1905, la loi sur « la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles ».

Cette loi se présente comme une réponse aux difficultés que rencontrent les marchés de consommation. La multiplication et la diversification des acteurs marchands qui pénètrent les marchés nationaux et étrangers diminuent fortement l'intérêt d'une réglementation du processus de production sous forme d'un contrôle par branches professionnelles (de type corporation), avec l'obligation de respecter les « règles de l'art » d'un métier ou de se conformer à certaines valeurs et croyances fondées sur la tradition. Par ailleurs, la massification des marchés motive la naissance d'un appareillage de distribution puissant qui, en introduisant de nouveaux intermédiaires entre l'offre et la demande, modifie et complexifie le modèle d'Akerlof auquel nous nous sommes déjà référés : l'asymétrie d'information ne doit plus être pensée de façon binaire entre un vendeur et un acheteur ; elle doit désormais être conçue autour d'une relation triangulaire où des distributeurs (ou d'autres intermédiaires) s'intercalent entre les deux. La loi de 1905, en partant des caractéristiques nouvelles du marché, propose de réglementer la relation commerciale à partir de la marchandise, elle demande de remonter les phases successives qui ont conduit le produit de la main du producteur à celle du consommateur par une analyse scientifique *a posteriori* — une fois le bien mis sur le marché. Par ce procédé, le législateur compte autant sanctionner les tromperies (le comportement du commerçant qui, au moment de la vente, fourvoie le consommateur sur la nature, la composition ou l'identité du produit), que réprimer les falsifications : la modification de la qualité du produit⁷.

Certes, la loi de 1905 reste proche de règlements commerciaux déjà en vigueur, notamment la loi de 1851 (Kessous, 2004 ; Stanziani, 2002), dont on peut dire qu'elle vient simplement compléter et renforcer les dispositions (cf. *supra*). Cependant, la loi de 1905 introduit une innovation décisive sur au moins trois points. D'abord elle précise, dans son article 11, que des règlements d'administration publique vont pouvoir compléter le texte original et permettre son exécution. En d'autres termes, les pouvoirs publics vont enfin avoir la possibilité de prendre les mesures nécessaires à l'application de la loi à différentes catégories de produits sans en référer au parlement — ce qui aurait, au niveau administratif, compliqué toute démarche nouvelle. Ensuite, comme nous le verrons en détail, une des principales mesures va être d'instituer, dès 1907, un service de la répression des fraudes qui, en organisant une véritable « police des choses », engage la science moderne au service de la justice. Désormais, l'examen des litiges humains se trouve indissolublement lié à la prise en compte d'enjeux matériels, notamment sanitaires, dans le contexte d'un hygiénisme conquérant (Bourdelaïs, 2001) (essor du pastorisme [Latour, 1984], affirmation de la profession vétérinaire [Hubscher, 1996], vote de la loi « relative à la protection de la santé

7. C'est pour être en mesure d'assurer cette seconde mission que différents congrès (souvent internationaux) se succèdent de 1908 à 1913. L'objectif est double : d'une part définir les attributs marchands de chaque produit en tant « qu'aliment[s] commercialement pur[s] » ; d'autre part définir les méthodes d'analyse officielles. Ainsi, la loi « ouvre la route à une définition institutionnelle des principaux produits assez précise pour fixer les règles du jeu » (Stanziani, 2003b).

publique en France » du 15 février 1902 [Paquy, 2001], création de la Société scientifique d'hygiène alimentaire et d'alimentation rationnelle en 1904 [Dessaux, 2003]...). La mise en place d'une articulation de plus en plus étroite entre droit, science et marché va permettre de penser autrement la régulation des échanges, en rapportant les positions des acteurs à des éléments matériels, tels les mentions scripturales sur les emballages et les propriétés substantielles des produits. Enfin, nous comprenons à travers ces deux éléments que la loi de 1905 achève le renversement du principe « *caveat emptor* » amorcé par la loi de 1851 : alors qu'auparavant la règle en matière de fraude consistait à rejeter la faute sur l'acheteur censé se « tenir sur ses gardes » (Ferrières, 2002), la loi de 1905 rend enfin l'engagement de la responsabilité du fabricant (visée par le texte de 1851) non seulement possible, mais désormais praticable, grâce à la mise en place d'institutions dédiées à l'attestation des fraudes. En instituant à la fois des règles et les moyens de les faire appliquer, le dispositif juridique de 1905 donne les points d'appui nécessaires à l'expression de controverses privées et publiques destinées à faire du consommateur non plus une « victime coupable » comme dans l'ancien ordre juridique, mais un plaignant de plein droit.

L'autonomie d'action que la loi accorde au gouvernement grâce à son article 11 a pour objectif premier de contrer les évolutions constantes de la physique-chimie, ou plutôt de rattraper l'usage frauduleux de la science pour mettre cette dernière du côté de la loi, pour faire en sorte que la régulation publique puisse enfin suivre le rythme des actions scientifiques, productives et commerciales. Mais elle nous renseigne aussi sur la place particulière que les autorités de l'époque assignent à l'intervention politique en matière de régulation du marché. Loin de faire de la loi de 1905 un règlement global, capable de réguler l'ensemble des marchés de consommation et de s'adapter aux spécificités de chacun, le législateur a plus modestement conçu cette loi comme un cadre ou un support pour la mise au point de textes futurs spécialement conçus pour résoudre les difficultés de secteurs économiques particuliers. Au lieu de prétendre encadrer l'ensemble du commerce et de combattre la fraude sur l'ensemble des marchés et des produits, l'article 11 accepte implicitement de subordonner la régulation des marchés aux demandes et pressions des acteurs commerciaux. Il donne aux responsables politiques les moyens de répondre aux pressions potentielles au cas par cas, en réaction à l'actualité du marché et aux demandes de telle ou telle catégorie d'acteurs, sans vision ni volonté globale, inventant en quelque sorte une « politique libérale » des marchés⁸. En d'autres termes, la loi de 1905 apparaît comme une politique de la production pour les producteurs : ce sont bien ces derniers et ces derniers seuls qui auront l'initiative de réclamer des cadres législatifs et réglementaires adaptés aux évolutions et aux pratiques commerciales en vigueur dans leurs domaines.

De ce point de vue, l'utilisation future de l'article 11 de la loi et les liens qui vont se nouer entre les politiques et les professionnels de l'offre, loin d'anticiper sur les politiques économiques à venir, semblent plutôt faire resurgir, dans notre esprit comme dans celui des acteurs de l'époque, le spectre des corporations de métiers telles qu'elles fonctionnaient au Moyen Âge. Un tel retour pose problème, dans la mesure où, en 1905, le corporatisme est considéré comme l'un des adversaires de la doctrine officielle de la République (d'un point de vue politique), et comme un système inadapté (d'un point de vue économique), abandonné à la fin du XVIII^e siècle autant pour son inadéquation aux mutations du marché, aux modes de

8. Il convient de noter à quel point cette façon de faire est conforme au mode de décision en vigueur dans les gouvernements de l'époque, dont les ministères « tendaient [...] à servir des clientèles spécialisées » (Kuisel, 1984, 47).

consommation et de production⁹ que pour les entraves à la liberté trop importantes qui le caractérisent. Certes, la loi de 1905, en partant d'une analyse scientifique du produit fini, ne peut être comparée au contrôle exercé par les corporations. Pourtant, la répression des fraudes, à ses origines, oscille bel et bien entre contrôle politique et contrôle professionnel. Il suffit, pour s'en convaincre, de s'attacher aux données financières et de relever un paradoxe étonnant : au moment où la loi de 1905 est mise en œuvre, ce ne sont pas, comme aujourd'hui, les autorités publiques qui subventionnent les secteurs en difficulté, ou qui soustraient des tâches de service public auprès d'opérateurs privés ; c'est plutôt l'inverse : ce sont les groupements professionnels qui « subventionnent » l'action publique en matière de politique du marché ! En effet, pour remédier aux difficultés financières publiques qui réduisent la portée du service administratif de répression des fraudes, les syndicats et groupements professionnels vont intervenir et doubler leur action : d'une part ils fournissent au gouvernement des fonds pour effectuer des prélèvements supplémentaires et intensifier la répression (semi) publique — les syndicats laitiers ont, par exemple, versé 11 250 francs en 1909 et 17 435 francs en 1910 — d'autre part, ils proposent eux-mêmes des agents qui, une fois agréés par le préfet, ont pour mission exclusive de prélever des échantillons sur les marchandises en cause (David, 1910, 1911). Ces organisations de producteurs interviennent également, lors de congrès, dans les travaux préparatoires à la mise au point de nouveaux règlements commerciaux.

Malgré l'influence et le poids notables des hygiénistes¹⁰, il ne fait donc aucun doute — si l'on considère les motivations qui ont prévalu lors de sa mise au point et les liens qui se sont par la suite noués entre politiques et professionnels — que la loi de 1905 est avant tout une loi de concurrence répondant à une politique d'honnêteté marchande (moralité commerciale, concurrence loyale), c'est-à-dire, en d'autres termes, une loi davantage motivée par des préoccupations économiques (en termes de transparence du marché) que par des considérations politiques (en termes de santé publique et de protection du consommateur par exemple), bref une loi instituée pour la défense économique des producteurs plutôt que pour la protection politique des consommateurs (pour des analyses complémentaires et convergentes, Cf. Dessaux, 2003 ; Kessous, 2004). Pourtant les événements publics de 1907 et le contexte international des années 1910 et suivantes nous amènent à sortir des coulisses de la production, à suivre la direction vers laquelle se portent les regards des acteurs de l'époque, et à investir le marché lui-même, un terrain où se rencontrent et interagissent publiquement producteurs, consommateurs, et politiques.

DES COULISSES DU MARCHÉ AUX COLONNES DE LA PRESSE

La création du service de répression des fraudes en novembre 1907 n'est pas étrangère au coup de projecteur braqué sur des mécanismes marchands jusque-là plutôt opaques et clandestins. Ce service qui, dans un premier temps, va s'occuper uniquement des denrées alimentaires et des boissons, est la matérialisation du nouveau système répressif, l'instrument qui permet à la loi de dépasser le versant formel du droit et d'avoir un impact réel sur les pratiques commerciales.

9. L'État nation, épaulé par une classe marchande très riche, va s'atteler à briser le monopole des corporations et à démanteler les obstacles intérieurs à la libre circulation des marchandises avec, pour principal objectif, d'unifier un marché désormais national (Adda, 1995, 28-29).

10. Christian Topalov (1999) souligne à quel point le secteur de l'hygiène figure parmi les plus fréquentés de la « nébuleuse réformatrice ».

Le droit, pour être appliqué de manière efficace, a besoin d'une police ; or les nouveaux groupes d'acteurs de la répression des fraudes font justement office de « police du commerce » (Kessous, 2004), mais aussi de « police des choses » tirant sa légitimité de la science. Les scientifiques, tels des officiers de police, mènent l'enquête, en pistant — à un premier niveau matériel — les produits frauduleux. Le produit est ensuite « arrêté » par les inspecteurs de la répression des fraudes, « mis en garde à vue » par les préfets, enfin soumis à un « interrogatoire » scientifique par des « enquêteurs clandestins » — les experts — qui n'appartiennent pas réellement à l'institution judiciaire, et dont les conclusions ne tirent pas leur légitimité du droit, mais qui participent pourtant de plein droit et même en « première instance » à l'administration de la justice. Une fois le produit analysé, la répression bascule dans le second niveau, celui qui fait intervenir le producteur ou commerçant fraudeur et l'enquête judiciaire. Le fait de changer d'accusé et de passer du produit à l'auteur de la fraude modifie également les compétences nécessaires à l'action répressive, l'homme de science cède alors sa place à l'homme de droit. L'enquête judiciaire prend autant le relais qu'elle prend appui sur l'enquête scientifique préalable.

Par son action dans les différentes boutiques, par ses recherches contre certaines maisons de producteurs, le service de répression des fraudes lutte officiellement contre les falsifications et tromperies commerciales, mais il rend également visible aux yeux du public intéressé ce qui se trame dans la coulisse. Tel un opticien du marché, il invente des lunettes pour améliorer la vision que les acteurs extérieurs au monde professionnel ont des pratiques marchandes ; même s'il ne s'agit-là que d'une retombée incidente, l'un des apports majeur du dispositif de répression des fraudes est bien de « faire voir », et de faire apparaître au grand jour les agissements des professionnels qui se déroulaient dans les arrière-boutiques du marché. Si l'obscurité ambiante se dissipe davantage à partir de cette date grâce à l'action du service de répression des fraudes, il serait néanmoins excessif de lui en accorder tout le mérite. La lumière apportée par deux crises publiques successives — la révolte viticole au printemps 1907 (qui précède donc l'apparition du service de répression des fraudes) et la rébellion des ménagères en 1910-1911 — n'est pas étrangère à cette mise au point oculaire publique sur la qualité des marchandises.

De la révolte des viticulteurs contre la fraude...

La révolte des viticulteurs du midi fait suite à la récolte de 1906, perçue à l'époque comme très médiocre en termes quantitatifs, et donc porteuse dans le milieu viticole d'un espoir de hausse du cours des vins. Contre toute attente c'est l'effet inverse qui se produit : on assiste à une chute des tarifs (Gaubil, 1908). Entre le 11 mars et le 23 juin 1907, ce qui n'était qu'une plainte sourde et souterraine se transforme en révolte publique et bruyante. Si les prix d'équilibre fixés lors de la récolte de 1906 ne sont pas selon les viticulteurs économiquement explicables, ils ont pour tous une seule et même cause : la fraude, essentiellement le mouillage et le sucrage des vins. Le collectif des commerçants et des producteurs viticoles du midi se focalise sur la fraude, et réclame donc auprès des pouvoirs publics l'application d'une répression efficace contre les fraudes et les fraudeurs (Féral, 1995, 72). On peut lire par exemple sur les pancartes des manifestants : « *C'est notre dernier pain ; quand nous l'aurons fini nous mangerons la chair des fraudeurs et les os de leurs protecteurs* » ; « *Vous avez vendu la vigne à la betterave et vous avez affamé 10 millions de français* » (Steenhoudt, 1997, 60). Il est remarquable d'observer que les personnes engagées dans ce mouvement ne demandent pas un soutien des prix agricoles, une hausse des tarifs douaniers ou le versement de revenus complémentaires, mais seulement une intervention politique ferme, centrée sur la qualité plus que sur les prix, et mettant un terme au développement de la fraude. En

concentrant immédiatement leurs revendications sur ce dernier fléau, alors qu'il n'explique pourtant pas à lui seul la mévente des vins et l'effondrement des cours¹¹, les viticulteurs montrent aussi, au passage, que si leur connaissance des mécanismes économiques sous-jacents reste partielle, les perversions clandestines de leur profession, elles, n'avaient pour eux guère de secrets !¹²

Cette insurrection populaire, bien que rapidement réduite à néant par le gouvernement radical de Georges Clemenceau, a pourtant eu le mérite d'une part de mettre sous les yeux d'un public jusque-là peu informé les écarts de conduite de certains acteurs de l'offre (sans grand succès cependant, Cf. *infra*), et d'autre part de révéler le double visage des manifestants. En effet, d'un côté, les producteurs crient leur haine contre les concurrents fraudeurs qui les poussent à la faillite, avec des slogans plus explicites les uns que les autres — « *les fraudeurs à l'échafaud ; mort aux fraudeurs* » ; de l'autre cette faillite professionnelle les condamne à lutter, en tant que consommateurs, pour manger et vivre :

« Sous l'empire de la faim, la foule paysanne a déserté ses demeures ; elle est descendue sur la voie publique ; elle s'est assemblée dans les cités lointaines ; elle est venue crier à ces frères de France : nous sommes malheureux, nous sommes misérables, nous n'avons plus de pain dans nos maisons ; et c'est pour l'attester, citoyens, que vous êtes venus du fond de vos villages » (Marcelin Albert, *L'aurore*, 03-06-1907, 1).

... *À l'insurrection des ménagères contre la vie chère*

Jusqu'ici nous avons rencontré beaucoup de producteurs, un peu de politique, mais guère de consommateurs, sinon sous la forme hybride de producteurs-consommateurs en colère. Bref nous serions quasiment hors sujet ! Tel est bien le mystère qu'il convient d'éclaircir : comment se fait-il que des questions qui touchaient prioritairement, au sens propre, les consommateurs — quand les uns encouraient des pertes financières, d'autres risquaient leur vie — aient tant tardé à être portées par ceux-là même qui en étaient les premières victimes ? Heureusement et comme nous venons de le souligner, les viticulteurs font la transition : les producteurs agricoles, en dépit de leur fonction — ou plutôt à cause d'elle — sont bien les premiers consommateurs à se mettre en évidence et à faire surgir les questions de consommation sur la scène publique et politique. Reste donc à savoir s'ils vont être rejoints par les consommateurs ordinaires, si le mouvement des vignerons a servi ou non de catalyseur à l'engagement politique des acheteurs et autres ménagères concernés par la politique des produits.

En première analyse et d'un point de vue strictement chronologique, il semble bien que oui. Trois ans à peine après la crise viticole et la révolte des vignerons surviennent une sévère

11. La diversité des avis émis pour expliquer les causes de cette mévente incite à la plus grande prudence. Si la fraude figure constamment dans ce catalogue de raisons, certains auteurs préfèrent insister sur d'autres paramètres laissés de côté par les vignerons, notamment les causes d'une « surproduction structurelle » (autorisation des vins artificiels, constitution de grands domaines d'exploitation, importation massive de vin par les négociants, introduction de nouvelles techniques de production...) (Mann, 1999 ; Stanziani2003a). Pierre Barral défend à plusieurs reprises une position similaire : les producteurs viticoles, refusant d'admettre la réalité de la surproduction (due en particulier selon lui aux nouvelles conditions de production), s'en seraient exclusivement pris à la « surproduction artificielle » considérée comme la seule cause de la crise (Barral, 1968 ; Barral, 1979).

12. Cette attitude relève bien sûr aussi de l'inévitable recherche de boucs émissaires face à la domination d'un marché sans visage, à une époque où l'appel à l'intervention de l'État et aux aides publiques ne fait pas encore partie du répertoire « standard » des protestations collectives.

crise de la vie chère et l'insurrection corollaire... des ménagères en colère ! Entre 1909 et 1914, le prix des produits alimentaires connaît une hausse de 23 %, qui s'exprime par paliers très brutaux, principalement au deuxième semestre 1910 et au premier semestre 1911. À une époque où la dépense alimentaire représente en moyenne 70 % du revenu, voire 80 à 90 % pour les ménages les plus pauvres (Flonneau, 1970), il n'est pas étonnant qu'une telle évolution des prix ait entraîné des réactions violentes parmi la population. Au cours de l'année 1911, des ménagères du Nord puis d'autres régions de France se révoltent, contraignent les commerçants à vendre (par exemple) le beurre ou les œufs au prix qu'elles estiment raisonnable (*L'aurore*, 03-09-1911, 2), renversent les marchandises de ceux qui résistent, chantent « l'internationale du beurre »¹³ et se constituent (bientôt avec l'aide d'organisations syndicales¹⁴) en ligues de consommateurs. Les représentants auto-proclamés des consommateurs¹⁵ ne pouvaient bien sûr manquer cette aubaine et prendre le risque de se faire distancer par les syndicalistes. Charles Gide n'avait-il pas, dès 1893, eu la bonne intuition d'émettre la conjecture suivante ?

« Jusqu'à cette heure, les consommateurs, avec l'inertie particulière qui caractérise cette catégorie sociale, se sont bornés à faire entendre quelques faibles protestations, mais du jour où ils se sentiront directement touchés par la hausse des denrées, il est probable qu'ils chercheront dans la coopération de consommation un moyen de défense. » (Gide, 2001b, 223-224).

Quitte à voir le destin exaucer partiellement cette prophétie inspirée, autant lui donner un coup de pouce actif : Charles Gide participe en 1910 — soit dans la foulée immédiate du tout premier épisode de révolte contre la vie chère — à la création de la *Ligue des consommateurs français*, une ligue à laquelle il assigne...

« d'instruire et d'organiser les consommateurs... et de les constituer en un syndicat puissant, capable de les représenter avec dignité à côté des syndicats de producteurs, patrons, ouvriers et intermédiaires, et qui aura à lutter contre les fraudes et abus en tous genres » (Gide, 1925, 169, cité in Pénin, 1997, 156).

Bref, avec les ménagères en colère, l'appui de la CGT, et l'aide de l'association de consommateurs présidée par Charles Gide, les consommateurs feraient enfin de la politique, la question des prix rejoindrait celle des fraudes, et il ne manquerait plus que l'action de l'État pour que se noue enfin un débat politique national autour des questions de consommation.

L'État, pourtant, est le premier absent dans l'apparente convergence des enjeux consummatifs et politiques des années 1910. Au mois d'août 1910, si le problème de la vie chère est relayé par certains députés auprès du président du conseil, ce dernier délègue l'examen de la question auprès du secrétaire général du ministère de l'intérieur, qui lui-même s'en remet au directeur de l'agriculture, pour finalement « [penser] qu'il convient d'attendre la fin de la moisson [...] pour être fixé exactement sur les moins values [à l'origine du relèvement des prix] » (*L'aurore*, 21-08-1910, 1). Un an plus tard, au mois de septembre 1911, alors que la crise redouble d'intensité, on tergiverse encore dans les ministères entre un diagnostic d'impuissance motivé par l'aspect international de la crise, et la simple « discussion » d'éventuelles mesures politiques :

13. « En avant, camarades, Les amis, tous debout ! Sans peur ni tapage (bis) Nous voulons l'beurre à quinze sous (bis) [etc.] » (*L'Aurore*, 26-08-1911, 1).

14. Notamment la CGT, qui avait d'ailleurs dès 1910 devancé les ménagères en matière d'usage politique de la vie chère (pour plus de précisions sur les relations entre crise de la vie chère des années 1910 et mouvement syndical, Cf. Flonneau, 1970).

15. En 1902, Charles Gide était devenu président du comité central de l'Union coopérative des sociétés françaises de consommation (Gide, 2001c, 329).

« La commission interministérielle chargée d'examiner la question du renchérissement des vivres a entendu [...] M. Couyba, ministre du commerce, qui lui a fait remarquer que la crise n'existe pas seulement en France, mais partout ailleurs. [...] Les membres de la commission ont étudié diverses solutions, notamment la révision des taxes, la révision du transport des denrées agricoles, l'extension du marché national. Les commissaires proposent cette extension afin de baisser le prix de la viande. Ils croient qu'on pourrait réduire les droits de douane qui frappent les viandes étrangères à leur entrée en France. Enfin, ils ont discuté la question de l'introduction en France des moutons du Sénégal. » (*L'aurore*, 07-09-1911, 2).

Et quand les gouvernants cessent de penser qu'il est urgent d'attendre, ils prennent des mesures qui consistent ou bien à réprimer durement les manifestations¹⁶, ou bien à prescrire des solutions... déjà mises en œuvre par les acteurs de terrain ! Fin 1911 apparaît ainsi un projet de loi censé « fourni[r] aux municipalités des moyens puissants pour protéger le consommateur contre la spéculation sur des produits de première nécessité comme le pain et la viande. Il permettra, en effet, aux communes de contribuer à la création de sociétés coopératives de boulangerie et de boucherie et même d'exploiter sous forme de régie intéressée des boulangeries et des boucheries municipales » (*L'aurore*, 01-11-1911, 1). Or qu'avaient fait les municipalités, depuis le début de la crise, sinon appliquer de façon anticipée cette « politique de consommation municipale » que le projet de loi appelait de ses vœux¹⁷ ? Directement confrontées à la détresse et à la colère de leur population, les autorités municipales avaient ici acheté de la farine et fabriqué du pain (*L'aurore*, 20-08-1910), là fait abattre deux vaches (*L'aurore*, 03-09-1911), ailleurs installé une « cuisine économique » (*L'aurore*, 06-10-1911) pour approvisionner leurs administrés à des prix plus accessibles.

Le projet de loi ne doit donc pas faire illusion : parmi les autorités publiques, seul l'échelon municipal avait fait montre d'une certaine volonté politique en matière de consommation, tandis que les instances nationales, au mieux attentistes et au pire répressives, se contentaient de poursuivre leur politique « au fil de l'eau (ou plutôt du lait et du vin ?) », subordonnant leurs décisions tantôt au mouvement du marché, tantôt aux pressions corporatistes, plutôt qu'à un principe de gouvernement bien affirmé : si l'État avait en 1907 répondu aux vigneron en renforçant l'arsenal de la répression des fraudes et s'il envisageait maintenant d'officialiser les initiatives municipales, c'est sans doute parce que vigneron et élus constituaient deux catégories de clientèles avec lesquelles il estimait devoir compter. De ce point de vue, l'absence de décision concernant directement les consommateurs serait bien le signe que ces derniers n'étaient pas encore constitués comme un groupe de pression susceptible de peser sur les choix politiques nationaux. Car l'activisme politique des consommateurs ne doit pas lui non plus faire illusion. Dans l'immédiat, l'agitation fut surtout une réaction spontanée, un mouvement d'humeur essentiellement focalisé sur la dimension somme toute assez fruste et superficielle des prix, et qui déboucha dans le meilleur des cas sur la désignation de boucs émissaires, à l'exclusion d'analyses plus approfondies (les agriculteurs, commerçants, et intermédiaires sont tous dénoncés comme autant de « voleur[s], accapareur[s], vautre[s] » [Flonneau, 1970, 67]).

16. En 1911, Le président du conseil, M. Caillaux, adresse aux préfets « des instructions leur enjoignant de réprimer énergiquement toute tentative d'agitation révolutionnaire » (« Les manifestations contre la vie chère » (*L'Aurore*, 03-09-1911, 2)... Des instructions qui ont été suivies avec zèle et célérité : des ménagères et des syndicalistes ont été arrêtées et condamnées, au besoin en s'appuyant sur les lois de 1893 et 1894 contre les menées anarchistes (Flonneau, 1970, 64).

17. Le projet rompait ainsi avec une attitude d'obstruction tenace des autorités nationales — notamment le Conseil d'État — au développement du « socialisme municipal » (Kuisel, 1984, 36).

Les consommateurs en lutte contre la vie chère ne font nullement le lien avec la crise viticole ; ils ne profitent ni de l'occasion ni du rapprochement possible pour élargir le débat à la question de la qualité des produits, voire à la prise en compte de la condition sociale des ouvriers qui les fabriquent. Ce souci pour une véritable « consommation engagée », pour des achats au service des luttes sociales et politiques, est pourtant l'intérêt prioritaire de la *Ligue sociale d'acheteurs* — qui est à l'époque, avec le mouvement coopératif de Charles Gide, l'une des seules organisations de consommateurs vraiment constituées¹⁸. En fait, les consommateurs du début du siècle ont des préoccupations beaucoup plus prosaïques que celles des organisations qui prétendent au même moment prendre leur défense et définir leurs attentes. La part très élevée des dépenses alimentaires dans des budgets par ailleurs très modestes (cf. *supra*) concentre l'attention de l'immense majorité des consommateurs sur les prix, reléguant la qualité — et *a fortiori* le contenu « politique » ou « éthique » des produits — au rang de préoccupations sinon anachroniques, du moins limitées soit à certaines catégories de populations peu nombreuses et privilégiées (lorsqu'il s'agit de « bonne qualité »), soit à l'expression de peurs et de réticences récurrentes et diffuses vis-à-vis des aliments jugés dangereux ou inconnus (lorsqu'il s'agit de qualité « mauvaise » ou « incertaine »). Pire : lorsque la qualité est prise en compte, cette dimension sert parfois non pas (comme souvent aujourd'hui) à choisir des produits plus sûrs et plus sains, mais au contraire à s'orienter vers des denrées meilleur marché, comme le montre l'existence endémique, depuis le milieu du XIX^e siècle, de véritables marchés des produits avariés (Aron, 1975). Cela ne signifie pas bien sûr que les préoccupations qualitatives aient été absentes de l'esprit public, bien au contraire, comme le montrent l'histoire longue des peurs alimentaires établie par Madeleine Ferrières (2002) ou l'exemple des conserves analysé par Martin Bruegel (2002). Mais dans l'histoire de l'alimentation, il semble que les prix aient été une dimension beaucoup plus sensible ou efficace que les questions de qualité pour l'engagement de mobilisations collectives.

Au tournant du siècle, le décalage qui se fait jour entre rêves des consommateurs et préoccupations terre-à-terre des consommateurs motive le combat, mais aussi le dépit, le mépris et la rancœur des premiers :

« À notre point de vue, le groupement des consommateurs en sociétés coopératives de consommation [...] est un organe nouveau [...] qui va donner pour la première fois une voix, une volonté et une conscience, à cette masse amorphe et passive, à ce troupeau de moutons qui ne savent même pas bêler et qui s'appellent les consommateurs » (Gide, 2001c, 196).

Tandis que Charles Gide et les autres associations de consommateurs imaginent les préférences dont ils pourraient doter un public qu'ils auraient dû aussi écouter et rassembler¹⁹, les simples consommateurs défendent davantage leur ventre que leur identité d'acheteur/mangeur (ou, *a fortiori*, que d'autres causes politiques cachées derrière les produits), les syndicats profitent de l'occasion pour porter des revendications classiques, les responsables politiques se contentent de céder à leurs clientèles, de réfléchir ou de réprimer, etc. Dans ce monde où personne n'arrive vraiment à faire tenir ensemble politique et consommation, il n'y a guère que les producteurs qui parviennent à se mobiliser efficacement pour faire avancer les choses, jusqu'à obtenir ce dispositif de répression des fraudes qui

18. Pour une présentation détaillée de la *Ligue sociale d'acheteurs*, Cf. Chessel 2003, et la contribution du même auteur au présent numéro.

19. Si Charles Gide présente la coopération comme le moyen d'instituer le « règne du consommateur », on peut se demander, au vu du mépris qu'il témoigne à son encontre, si le consommateur n'est pas plutôt pour lui — hélas ? — le seul moyen d'instituer le « règne de la coopération » (Gide, 2001c, 192).

réussit seul à articuler solidement consommateurs, producteurs, produits et politique. L'opposition symbolique est frappante : autour du même problème du prix des biens se mobilisent successivement d'abord des producteurs-hommes-du-Sud, qui dénoncent prioritairement une cause d'ordre qualitatif (la fraude), puis des consommatrices-femmes-du-Nord, qui vitupèrent essentiellement contre des conséquences d'ordre quantitatif (les prix). Entre les deux, quelques militants de la nouvelle cause consumériste saisissent bien les enjeux de prix et de qualité, mais poursuivent des objectifs souvent éloignés des préoccupations quotidiennes de la population, tandis que l'État se contente encore de subir ou d'observer la situation, et de mettre de l'ordre le cas échéant — seule la loi de 1905, passée plutôt inaperçue dans la confusion générale, semble poser discrètement les jalons d'un possible engagement politique des questions de consommation.

VERS L'ENGAGEMENT POLITIQUE DES QUESTIONS DE CONSOMMATION

Du vin, du lait et de la viande au service des forces vives de la nation

La genèse de la répression des fraudes est donc bien le fil qu'il nous faut suivre pour observer l'engagement politique croissant des questions de consommation, la prise en compte progressive par les autorités publiques du consommateur et des enjeux associés. Pour retracer l'émergence de cette préoccupation, nous proposons de focaliser notre attention sur trois cas qui lient d'une façon autant réelle que symbolique des problèmes de fraude, un type de produit — le lait, le vin et la viande — et un type de consommateur — l'enfant, l'ouvrier et le soldat, trois identités civiles derrière lesquelles on devine les trois figures politiques du citoyen-procréateur (le futur de la patrie), du citoyen-producteur (la richesse du pays) et du citoyen-protecteur (la défense de la nation). Favorisé par l'impact public d'enjeux politiques extérieurs, l'intérêt pour ces figures, certes ancien,²⁰ mais jusqu'ici contrecarré par les revendications incessantes des acteurs de l'offre, croît sensiblement au point de devenir l'un des principaux « centres d'attention » des acteurs politiques et scientifiques. Ces nouveaux enjeux de politique internationale — montée des tensions avec l'Allemagne, concurrence économique entre nations, différentiel démographique entre pays rivaux — poussent la classe dirigeante à modifier sa démarche, à s'intéresser non plus à la prise en compte au coup par coup des récriminations des producteurs (d'autant plus qu'à ce moment-là, elles se font beaucoup moins sonores) mais à la santé et au comportement économique des consommateurs.

Comme nous l'avons vu le vin et les viticulteurs sont à l'origine des controverses touchant aux fraudes commerciales, ils ont focalisé ensemble l'accumulation des craintes et des doutes publics ; les intérêts des ouvriers, principaux consommateurs du produit, sont donc immédiatement mis en avant et repris autant par les politiques que par les journaux. C'est ainsi que, dès juin 1904, alors que les affaires autour de la qualité des produits restent encore très étroitement confinées dans les coulisses du marché, un journaliste écrit :

20. La préservation de leur santé via le contrôle des aliments et de leur commercialisation a fait l'objet de préoccupations récurrentes de la part d'acteurs et d'instances diversifiés (Bruegel, 2002 ; Ferrières, 2002 ; Stanziani, 2002).

« Il y a des optimistes qui vous diront : “L’ouvrier est bien plus heureux aujourd’hui qu’il y a cinquante ans : il boit du vin à tous ses repas ! [...]” — mais quel vin ! et ne vaudrait-il pas mieux s’en priver ? Il y a cinquante ans, on faisait fermenter du jus de raisin ; c’était trop peu ; depuis la science a fait des progrès, la chimie est venue au secours de l’industrie ; grâce à elle on a trouvé le moyen “d’allonger la sauce” de la vendange et de faire boire aux gens de l’acide sulfurique » (E.B, « Le vin au XX^{ème} siècle », *L’aurore*, 03-06-1904, 2).

Une question nouvelle se pose : un bonheur éphémère dans le quotidien morose d’un ouvrier vaut-il que ce dernier y sacrifie sa santé ? Faut-il renoncer au plaisir d’un bon vin ou y « succomber » — dans les deux sens du terme ! — par la faute de fraudeurs qui rendent ce produit nuisible ? Assurément non : au vu de son importance économique et sociale, l’ouvrier devrait bénéficier d’une troisième alternative plus séduisante : boire du vin à tous ses repas sans risquer l’empoisonnement. Avant même que n’éclatent les manifestations publiques qui vont rendre visibles les problèmes de fraudes, avant même que les impératifs internationaux ne poussent les autorités à se soucier en priorité des consommateurs, l’ouvrier en tant que principal acteur du monde industriel devient ainsi un premier consommateur-victime dont il convient de préserver non seulement la santé, mais aussi les ressources pécuniaires, comme le montre cet autre point de vue tiré des débats parlementaires de novembre 1904 :

« Vous vous indignez comme moi contre celui qui froidement, délibérément dans son arrière-boutique ou dans une officine quelconque, commet une fraude de nature à porter atteinte à la santé publique ou à entraîner la mort d’un enfant dont le père, ouvrier peut-être, aura payé à beaux deniers comptants, l’aliment falsifié au sacrifice d’un salaire péniblement amassé. Peut-on dire que ce fraudeur soit digne de pitié ? »²¹.

Le cas exposé par le député paraît extrême, mais il démontre cependant à quel point porter atteinte à la classe ouvrière durant cette période équivaut pour certains à porter atteinte à la cohésion du pays tout entier, à transformer un problème de loyauté commerciale (la fraude) en sentiment de trahison nationale.

L’ouvrier avait ainsi contribué à entrouvrir la porte vers un engagement politique accru des questions de consommation, aidé en cela, comme nous l’indique l’extrait précédent, par l’enfant, également présent dès l’origine des débats. Un journaliste de *La Dépêche du Midi* écrivait ainsi en février 1904 :

« [La] sévérité dans la répression est [...] imposée par l’intérêt public. Les régénérateurs de la race s’ingénient à rechercher les moyens d’augmenter la natalité française qui va baissant tous les jours. Qu’ils s’efforcent d’abord d’empêcher de périr les enfants » (Millot, « Causeries — La fraude homicide », *La Dépêche*, n° 13 035, 24 février 1904).

La préoccupation pour les problèmes de natalité allait également investir la chambre des députés dès les premiers débats parlementaires sur la fraude et laisser présager que le citoyen régénérateur contribuerait largement, dans les années à venir, à transformer la consommation de question économique en enjeu politique :

« Il [...] est un [chiffre] que j’ai retenu, en ce qui concerne le lait, dont on vous signalait les falsifications dans notre dernière séance ; et ce chiffre m’a terrifié. Dans l’année qui a suivi celle où le sénat transmettait à la chambre le projet de loi que nous discutons en ce moment, la statistique d’état civil de Paris accusait une mortalité de 18 610 enfants de moins d’un an, décédés à la suite de diarrhées infantiles. Si vous considérez qu’à Paris surtout on est obligé d’employer l’allaitement artificiel parce que malheureusement, la plupart des femmes d’ouvriers sont obligées d’aller travailler

21. Léon Mougeot, ministre de l’agriculture, chambre des députés, *Débats parlementaires*, 1^{ère} séance du 17 novembre 1904, 2488.

pour ajouter l'appoint de leur maigre salaire aux ressources du ménage, vous pourrez constater que c'est en grande partie, à la falsification du lait qu'est due la mort de ces enfants » (M. Albert Sarraut, député, chambre des députés, *Débats parlementaires*, 1^{ère} séance du 17 novembre 1904, 2494).

Après l'ouvrier, l'enfant des couches laborieuses est lui aussi considéré comme un consommateur dont le mode de consommation peut avoir un impact autre qu'économique. Si la lutte contre la mortalité infantile n'est pas un enjeu émergent (Topalov, 1999), la place grandissante accordée à ces questions dans la presse à partir de 1907 (nationale — *L'aurore* — et spécialisée — *Le Bulletin de la répression des fraudes* et *Les Annales des falsifications*) nous permet de constater combien la dégradation du climat politique international n'est pas étrangère à une accentuation de ces préoccupations. Le 16 novembre 1907 un article de *L'aurore* observe que l'accroissement naturel de la population est dix fois plus faible en France qu'en Allemagne, un différentiel de plus en plus inquiétant à mesure que les tensions entre les deux pays se font plus visibles. Toujours dans *L'aurore*, le 1^{er} septembre 1912, en première page, dans un article intitulé « Contre la mortalité infantile », le journaliste Richard liait encore davantage l'enfant à la nation, la santé du consommateur-citoyen à la santé de la République :

« La lutte contre la mortalité infantile [...] est une œuvre de salut public. En France, plus qu'ailleurs, étant donné l'état déplorable de la natalité, la vie de tout enfant importe à la nation » (*L'aurore*, 01-09-1912, 1).

Les différents débats politiques et scientifiques portant sur le contrôle du marché laitier illustrent assez bien le passage d'une politique de loyauté commerciale (une politique de concurrence) à une politique de protection du consommateur (une politique de la consommation), le basculement d'un commerce honnête dans l'intérêt des producteurs à un commerce sûr au service des consommateurs. Face à la persistance d'une mortalité infantile importante souvent due à des gastro-entérites, les pouvoirs publics ne peuvent que constater l'inadéquation apparente entre les attributs naturels du lait et le contrôle scientifique *a posteriori* que pratique le service de répression des fraudes. Une figure centrale de la répression des fraudes, le docteur François Bordas, soulignait dès novembre 1910 que si la loi avait une influence positive sur la qualité du lait, elle demeurait insuffisante pour contrôler les effets du produit sur la santé du consommateur, un lait même non falsifié pouvant être dangereux en raison de l'action des germes qu'il contient. En décembre 1912 une proposition de loi spécifique au marché du lait tente d'apporter des réponses aux difficultés posées par la nature du produit. Il s'agit de faire coexister deux types de réglementation : tout lait pénétrant sur le marché français doit être soit pasteurisé à 80 °C., soit produit dans des étables placées sous le contrôle du gouvernement. Si cette loi ne fut pas adoptée, elle démontre l'émergence d'un nouveau souci de l'État visant à adapter la réglementation au type de produit et au type de consommateur et de passer, dans l'intérêt de ce dernier, d'un système répressif à un système préventif de type normalisation — comme certains pays avaient déjà pu le faire (Cf. *supra*).

La troisième et dernière figure qui permet d'observer l'engagement politique des questions de consommation est bien sûr celle du soldat, du « citoyen protecteur » qui défend par la force les intérêts du pays, à l'heure où la rivalité avec l'Allemagne exacerbe cet enjeu. Une des conditions nécessaires pour disposer d'une armée résistante voire conquérante est évidemment la possession de soldats valides, en bonne santé, prêts au combat. Or au début du XX^e siècle, cette condition est loin d'être assurée. D'un côté, les garnisons sont durement touchées par la consommation d'aliments falsifiés ; de l'autre, les risques de conflit militaire se précisent. Le service de répression des fraudes, dans l'une de ses premières campagnes de répression médiatique, va s'attaquer, tel un Sherlock Holmes sanitaire, à la mystérieuse affaire

des viandes avariées dans certaines garnisons militaires. *L'aurore* va couvrir pendant plus d'un mois, au printemps 1908, soit dès la création et la mise en route du service — ce qui souligne la priorité de ces questions — la campagne menée contre certains bouchers peu scrupuleux qui avaient pour (mauvaise) habitude de fournir aux soldats français des viandes qui n'avaient de rouge que le nom. Le docteur François Bordas va effectuer quelques analyses sur ce terrain et conclure :

« Nous avons analysé les échantillons. Une saucisse se fait avec de la viande (du muscle) et de la graisse de porc. Or, dans les produits que nous avons examinés, nous avons trouvé des tendons, des parties fibreuses, des raclures de périoste et autres déchets qui n'ont aucune valeur alimentaire. Nous avons constaté également la présence d'une certaine quantité d'amidon, grâce à laquelle on avait pu introduire dans ces prétendues saucisses 10, 15 et 20 pour cent d'eau. Quant à du muscle de porc, s'il y en avait c'était en quantité si minime que ce n'est pas la peine d'en parler. On ne peut affirmer que ces marchandises devaient, dans l'état où nous les avons reçues, produire forcément des accidents graves. Mais ce mélange sans nom est très facilement altérable ; au moindre changement de température des ptomaines s'y forment et s'y développent rapidement, et il peut alors se produire à l'ingestion des cas d'intoxication mortelle [...] En tout cas, je le répète, ces produits sont absolument impropres à l'alimentation » (A 10-04-1908, 2).

Une semaine plus tard, le 17 avril 1908, l'un des premiers verdicts prononcés contre l'un de ces bouchers est intégralement retranscrit à la deuxième page du quotidien : le patibulaire boucher L. est condamné à un an de prison, 500 francs d'amende et 3000 francs de dommages-intérêts. Le préjudice politique de tels actes économiques nous permet de comprendre et de relativiser la sévérité de la sanction juridique.

L'évocation de ces trois couples citoyen-marchandise nous permet ainsi de comprendre à quel point, dans un tel contexte international, les petits drames locaux qui se jouent autour du contenu d'un biberon de lait, autour d'un verre de vin ou autour d'une ration de viande dans une garnison militaire, ont pu trouver un écho important au niveau de la politique nationale en contribuant à faire progressivement de la consommation un enjeu et une préoccupation politiques. Il convient de souligner qu'à chaque fois la loi de 1905 a bien servi de point d'appui indispensable à la visibilisation puis à la discussion de ces problèmes, au point que cette loi fut bientôt considérée comme nécessaire mais non suffisante pour la pleine maîtrise des nouveaux enjeux politico-consommatifs.

Vers une consommation plus éclairée ?

Le cas du marché laitier illustre particulièrement cet effort politique visant à aller au-delà de la loi de 1905. Les différents textes juridiques proposés à partir de 1910 pour réglementer le marché du lait s'attachent à dépasser la lutte contre la simple asymétrie d'information, à combattre non seulement les fraudes classiques (mouillages, écrémages) — qui faussent la concurrence entre professionnels — mais également à anticiper d'autres contraintes qui affectent la consommation de ce produit dans l'intérêt cette fois des consommateurs. De nombreuses études scientifiques parues dans *les Annales des falsifications*, l'un des deux mensuels officiels — avec le *Bulletin de la répression des fraudes* — du nouveau service de répression, confirment que si les échantillons de lait prélevés répondent majoritairement aux critères de sélection imposés par la science, la mortalité infantile, elle, reste toujours aussi préoccupante. Faute de pouvoir instituer un contrôle préventif capable de protéger le consommateur, les pouvoirs publics vont tenter de compléter son éducation marchande, d'élargir le port des lunettes qui rendent visibles les coulisses du marché à l'ensemble de la population.

Le « Congrès international pour la lutte contre les falsifications » organisé à Gand en mai 1913 illustre cette volonté d'éduquer la population, de passer outre le désintérêt apparent des consommateurs pour les questions qualitatives. Ce congrès, qui intervient à la fin de la période étudiée, va être précédé d'une « Exposition de l'altération et de la falsification » où sont présentés de multiples stands dédiés aux produits alimentaires les plus consommés. L'intérêt affiché de cette manifestation est de présenter au public les produits, leurs compositions normales, leurs valeurs alimentaires et tarifaires et les différentes formes de falsifications et d'altérations. Cette entreprise de vulgarisation des savoirs scientifiques patiemment accumulés autour de la science, du mouvement hygiéniste, et de l'entreprise de répression des fraudes est décrite en ces termes par l'omniprésent docteur François Bordas :

« [Il s'agit de] mettre à la portée de tous les visiteurs d'éducatrices intellectuelles quelconques, des connaissances d'ordre scientifique généralement enclousées jalousement dans les laboratoires et les amphithéâtres que fréquentent les seuls techniciens. En agissant ainsi ils [les organisateurs] ont bien agi : l'éducation de masse est un devoir social qui n'est pas seulement l'œuvre de la parole ; l'exemple bien compris fait beaucoup plus, en moins de temps, et ne s'oublie pas. En quittant les divers stands [...] chaque visiteur emporte le souvenir durable et susceptible de lui revenir souvent devant les yeux, de ce qui est trop souvent et de ce qui devrait être toujours » (Bordas, F., « L'exposition de l'altération et de la falsification des denrées alimentaires de Gand », *Annales des falsifications*, n° 57, juillet 1913, 411).

Durant le congrès qui suit et accompagne cette exposition, on peut noter la participation nouvelle d'un groupement de consommateurs dans des débats autour de la qualité des marchandises. Au détour d'une liste des groupes d'adhérents, au milieu de chimistes, d'industriels et commerçants de l'alimentation, de magistrats, d'avocats ou de sociologues, apparaissent « *les représentants des ligues sociales d'acheteurs* ». Les organisateurs vont jusqu'à placer dans l'ordre du jour de ce congrès international une section « *Action des ligues sociales d'acheteurs et des ligues de consommateurs* ».

Le changement d'orientation progressif du regard de l'ensemble des différents acteurs est d'autant plus perceptible qu'à la suite des spécialistes, les producteurs agricoles eux-mêmes tentent à leur tour d'orienter l'attention des consommateurs vers la qualité des marchandises. Après s'être démarqués de la concurrence en fraudant et en proposant des produits falsifiés à des tarifs compétitifs — voyant ainsi se développer les mécanismes de sélection adverse — les producteurs vont prendre appui sur la loi, vont s'adapter à la nouvelle façon juridique de voir les choses, pour finalement adopter une démarche plus qualitative et prôner une concurrence plus transparente fondée sur la qualité. Cette démarche est rendue possible et synonyme de succès grâce à la médiation des étiquettes et des emballages qui mettent en évidence la qualité des produits et permettent à ceux des producteurs qui offrent davantage de garanties d'obtenir un avantage commercial sur leurs concurrents²².

22. L'exemple du lait « Maggi » illustre assez bien cette stratégie nouvelle. Dès 1908, la société Maggi est montrée en exemple pour les efforts portés à la qualité de ses produits. Les analyses du lait vendu sont affichées dans les 400 dépôts de vente (*L'Aurore*, 16-02-1908, 2). Dans les années suivantes cette société continue d'appliquer et de renforcer les mesures de contrôle avec, en 1912, l'adoption de la pasteurisation à une température supérieure à 80 °C. et l'apposition d'une étiquette sur le contenant du produit indiquant la provenance du lait et sa richesse en beurre (*L'Aurore*, 21-02-1912, 3). Le consommateur peut donc directement avoir accès à la composition du lait et rapporter la qualité du produit à son prix en se référant à l'emballage (sur l'importance historique de l'emballage, Cf. Cochoy, 2002).

CONCLUSION

Autour de la loi de 1905, nous avons bien saisi l'émergence d'un processus d'engagement politique des questions de consommation (certes embryonnaire et donc largement à poursuivre), mais assez peu l'occurrence de discours et/ou de pratiques plaidant pour une véritable consommation engagée. À cet égard, l'histoire retracée met plutôt en évidence une série de rendez-vous manqués entre producteurs, consommateurs, consommateurs et politiques : tous tournent autour des questions de consommation et de politique mais, porteurs de visions difficilement conciliables, ils ne parviennent pas à accorder leurs « points de vue ». « Visions, points de vue » : cette métaphore du regard, que nous avons mobilisée à plusieurs reprises, résume peut-être mieux que toute autre les ressorts de la dynamique sociale qui s'engage autour de la répression des fraudes et des dispositifs afférents.

Au début du XX^e siècle, tandis que les consommateurs ordinaires sont en quelque sorte « hypermétropes » — ils considèrent les produits « de loin », sans perception des détails, et se concentrent donc sur l'aspect le plus apparent, le plus grossier et le plus superficiel des produits (leur prix) —, les consommateurs engagés sont plutôt « myopes » : ils regardent les produits de trop près, au point d'oublier leur matérialité pour y discerner des enjeux plus profonds, comme les rapports sociaux de production (cas de la *Ligue sociale d'acheteurs*) ou l'espoir d'une république coopérative (cas de Charles Gide). L'État, pour sa part, se montre souvent « aveugle », incapable, jusqu'à l'approche de la guerre, de voir à quel point les choses et ceux qui les consomment font depuis toujours partie de la Cité. Quant aux producteurs et scientifiques, leur vision semble plus nette, plus ajustée à la *nature des choses*²³ ; eux seuls discernent les propriétés matérielles des produits, leurs caractéristiques, et les problèmes que pose leur manipulation. Mais cette vision reste imparfaite, déformée²⁴ — astigmatique — incapable d'assurer une convergence entre les problèmes locaux et les enjeux d'ensemble. En d'autres termes, tandis les consommateurs hypermétropes ne voient que la dimension *économique* des choses (les prix), les consommateurs myopes privilégient leur dimension *socio-politique* (les relations de travail et d'exploitation), les producteurs astigmatiques se focalisent sur l'aspect *physico-chimique* des produits (leurs propriétés et composition). L'État aveugle, pour sa part, s'oriente, comme tous ceux qui sont frappés du même handicap, soit d'après les instructions de ceux qui s'empressent de les conseiller (ici les producteurs), soit... en donnant des coups de bâton sur les obstacles qu'il rencontre en chemin.

Que vient faire la loi de 1905 au milieu de cette grande variété de regards ? La loi vient retenir et affiner la vision des producteurs, en inventant ce que l'on pourrait appeler des appareils d'« ophtalmologie marchande », mais aussi des « prothèses oculaires commerciales », bref toute une série d'institutions, d'acteurs, de procédures et d'équipements qui permettent à la fois d'étalonner/mesurer le regard des personnes et d'aider chacun à « faire le point », à « accommoder », à considérer les objets économiques comme il convient. À la veille de la première guerre mondiale, les « lunettes » scientifico-juridiques qui équipent désormais la perception du marché marquent une progression certaine vis-à-vis du regard flou des consommateurs ordinaires, qui vont pouvoir mieux discerner, au-delà de l'apparence grossière des prix, les informations autrement plus vitales concernant la qualité et la sécurité

23. Bien que la vision des producteurs était malgré tout déformée en cela que, parmi les différents facteurs à l'origine de la crise de 1907, ils n'ont retenu que la fraude comme élément explicatif (Mann, 1999).

24. La vision des producteurs était déformée en cela que, parmi les différents facteurs à l'origine de la crise de 1907, ils n'ont retenu que la fraude comme élément explicatif (Mann, 1999).

des produits. Mais ces « verres correcteurs », en s'arrêtant à la simple matérialité des choses, marquent aussi une régression vis-à-vis du regard acéré de certains consommateurs qui, telle *La ligue sociale d'acheteurs*, voulaient à la même époque aller au-delà de la matière, intensifier le regard pour explorer les caractéristiques sociales et politiques des objets.

Pourtant, l'histoire ultérieure du consumérisme et du marché nous apprend que les consommateurs « visionnaires » du tournant du siècle ne pourront être écoutés qu'à partir du moment où les consommateurs ordinaires disposeront eux aussi de lunettes *normalisées* leur permettant d'y voir plus clair (emballages, mentions obligatoires, informations sur les principaux constituants des produits, et plus tard labels, certificats, dispositifs de normalisation et de certification...). De ce point de vue, la loi de 1905 semble avoir marqué une étape décisive, en inscrivant dans le droit et la dynamique du marché les outils métrologiques et cognitifs sur lesquels s'appuient les consommateurs d'aujourd'hui, et qui devraient rendre enfin possible l'enrichissement et la convergence des regards, voire l'articulation entre les propriétés physiques, économiques et politiques des objets.

RÉFÉRENCES

- ADDA (J.), 1995, *La mondialisation de l'économie, tome 1 : Genèse*, Paris, La Découverte.
- AKERLOF (G. A.), 1970, « The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, August, 488-500.
- ARON (J.-P.), 1975, « Sur les consommations avariées à Paris dans la deuxième moitié du XIX^e siècle », *Annales E.S.C.*, 556.
- BARRAL (P.), 1968, *Les agrariens français de Méline à Pisani*, Armand Colin.
- BARRAL (P.), 1979, « Le monde agricole », in Braudel, F. et Labrousse, E (dir.) *Histoire économique et sociale de la France, Tome IV : l'ère industrielle et la société d'aujourd'hui 1880-1980*, Vol. 1, Paris, PUF, 364-395.
- BOURDELAIS, P. (dir.), 2001, *Les hygiénistes : enjeux, modèles et pratiques, XVIIIe-XXe siècle*, Paris, Belin.
- BRUEGEL (M.), 2002, « How the French Learned to Eat Canned Food, 1809-1930s », in Warren, B., Scranton, P. (eds.), *Food Nations: Selling Taste in Consumer Society*, New York, Routledge.
- CHESEL (M.), 1998, *La publicité. Naissance d'une profession (1900-1940)*, Paris, CNRS Éditions.
- CHESEL (M.), 2003, « Aux origines de la consommation engagée : la ligue sociale d'acheteurs (1902-1914) », *Vingtième siècle*, n° 77, 95-108.
- COCHOY (F.), 1999, *Une histoire du marketing, Discipliner l'économie de marché*, Paris, La Découverte.
- COCHOY (F.), 2002, *Une sociologie du packaging*, Paris, Presses Universitaires de France.
- DAVID (F.), 1910, « Budget du ministre de l'agriculture pour l'année 1911 », *Bulletin de la répression des fraudes*, n° 27, décembre, 374.
- DAVID (F.), 1911, « Budget du ministre de l'agriculture pour l'année 1911 », *Bulletin de la répression des fraudes*, n° 28, janvier, 22-23.
- DESSAUX (P.-A.), 2003, *Des vermicelliers au groupe Danone : consommer, produire et vendre des pâtes alimentaires en France, XVII^e-XX^e siècles*, thèse pour le doctorat d'histoire, EHESS, Paris.
- FÉRAL (F.), 1995, *L'État et les fraudes commerciales, Essai sur les politiques publiques de contrôle des marchés*, Perpignan, Collection Études.
- FERRIÈRES (M.), 2002, *Histoire des peurs alimentaires, Du Moyen Âge à l'aube du XX^e siècle*, Paris, Seuil.
- FLOLNEAU (J.-M.), 1970, « Crise de vie chère et mouvement syndical (1910-1914) », *Le mouvement social*, n° 72, juillet-septembre, 49-81.
- FURLOUGH (E.), 1991, *Consumer cooperation in France, The politics of consumption, 1834-1930*, Ithaca & New York, Cornell University Press.
- GAUBIL (M.), 1908, *La fabrication des vins et la crise viticole méridionale*, thèse de droit, Paris, Imprimerie Henri Jouve.
- GIDE (Ch.), 1925, *La lutte contre la cherté et la coopération*, Paris, Association pour l'enseignement de la coopération.
- GIDE (Ch.), 2001a « La guerre entre commerçants et coopérateurs et l'évolution commerciale », conférence pour la Société coopérative *La coopération*, 17 février 1900, reproduit in Gide, Charles, *Coopération et économie Sociale, 1886-1904*, Paris, L'Harmattan.

- GIDE (Ch.), 2001b, « Le mouvement coopératif en France dans ces dix dernières années », *Revue d'Économie Politique*, 1893, reproduit in Gide, Charles, *Coopération et économie Sociale, 1886-1904*, Paris, L'Harmattan.
- GIDE (Ch.), 2001c, « Le règne du consommateur », reproduit in Gide, Ch., *Coopération et économie Sociale, 1886-1904*, Paris, L'Harmattan.
- HUBSCHER (R.), 1996, « L'invention d'une profession : les vétérinaires au XIXe siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, Vol. 43, n° 4.
- KESSOUS (E.), « Qualité des produits consommés et genèse d'une police du commerce : retour sur les débats de la loi de 1905 sur la répression des fraudes », 3èmes journées normandes de recherche sur la consommation, *Sociétés et consommation*, Rouen, 11-12 mars.
- KUISEL (R.F.), 1984, *Le capitalisme et l'État en France, Modernisation et dirigisme en France au XXe siècle*, Paris, Éditions Galimard.
- LATOUR (B.), 1984, *Les microbes, guerre et paix*, Paris, Métaillé.
- LHUISSIER (A.), 2002, *Réforme sociale et alimentation populaire (1850-1914), Pour une sociologie des pratiques alimentaires*, Thèse pour le doctorat de sociologie, Paris, EHESS.
- MANN (P.), 1999, « De l'ancrage d'un cadre cognitif à sa redéfinition », in Boudon, R., Bouvier, A., Chazel, F. (dir.), *Cognition et sciences sociales*, Paris, P.U.F., 207-226.
- NAPO (F.), 1971, *1907 : la révolte des vigneron*, Toulouse, Privat.
- PAQUY (L.), 2001, *Santé publique et pouvoirs locaux, Le département de l'Isère et la loi du 15 février 1902*, thèse pour le doctorat d'histoire, Université Lyon 2.
- PÉNIN (M.), 1997, *Charles Gide 1847-1932, L'esprit critique*, Paris, L'Harmattan.
- PINTO (L.), 1990, « Le consommateur : agent économique ou acteur politique », *Revue française de sociologie*, vol. 31, n° 2, 179-198.
- STANZIANI (A.), 2002, « L'évolution de la responsabilité du fait des produits alimentaires, 1851-1914 », in *Les mondes du droit de la responsabilité : regards sur le droit en action*, Kirat, T. (dir.), *Recherches et Travaux du RED&S*, vol. 10, Paris, L.G.D.J., 155-194.
- STANZIANI (A.), 2003a, « Action économique et contentieux judiciaires, le cas du plâtrage du vin en France, 1851-1905 », *Genèses*, mars, 71-90.
- STANZIANI (A.), 2003b, « Produits, normes et dynamiques historiques », *Sociologie du travail*, vol. 45, n° 2, avril-juin, 259-265.
- STEENHOUDT (F.), 1997, inspecteur principal au C.N.F.D.C.I., « 9 juin 1907 : nous raserons Bercy !... Les raisons d'une révolte et de la création d'un service public », *Bulletin d'Information et de Documentation*, N° 6, 2 juin.
- TOPALOV (Ch.) (dir.), 1999, *La nébuleuse réformatrice et ses réseaux 1880-1914*, Paris, Presses de l'EHESS.