

*Financing the American Dream, A cultural History of Consumer Credit,*

Lendol Calder, 1999

La crise actuelle du crédit immobilier aux Etats-Unis amène à se poser des questions sur les origines du système et son fonctionnement. L'histoire du crédit a cependant offert peu d'ouvrages ces dernières années, contrairement à d'autres secteurs de l'histoire de la consommation (ouvrages d'histoire de la publicité ou monographies sur de grandes entreprises commerciales). Les principaux travaux sur le crédit sont le fait d'économistes et se concentrent sur les années 1920 ou 1950<sup>1</sup>. Cela n'a pas toujours été le cas : avant les années 1950 le crédit passionnait les chercheurs en sciences sociales, ce qui donne aujourd'hui à l'historien du crédit de nombreuses sources<sup>2</sup>.

Dans cette ambitieuse synthèse Calder essaie de faire le lien entre le développement du crédit pour les consommateurs et la redéfinition du « rêve américain » au début du XXe siècle. Le nouveau rêve américain n'est plus celui du petit producteur indépendant mais se définit désormais par l'accession à un niveau de vie assez élevé, à l'abondance matérielle, tôt dans le cycle de vie, comme témoin d'un épanouissement personnel. Sa réalisation passe par l'accès à la consommation de masse, rendu possible par le développement d'outils comme les grands magasins et le crédit à la consommation. Calder date cette évolution des années 1910 avec l'institutionnalisation de nouvelles méthodes de prêt (*installment plan*) et de nouvelles stratégies commerciales de la part des acteurs de l'industrie du crédit.

Le crédit est alors non seulement l'outil de la redéfinition du rêve américain mais un élément de transition : il impose une nouvelle forme de discipline qui ne renie pas les valeurs de l'Amérique victorienne. En effet, quand le consommateur emprunte il va lui falloir travailler et même économiser pour rembourser. Calder définit ainsi la culture comme un équilibre entre mécanismes de contrôle et de gratification. La consommation à crédit est symbole de ce double mouvement : elle procure une satisfaction immédiate mais impose une discipline par le remboursement. Le crédit est le mécanisme qui fait tenir ensemble les différentes composantes de la culture de la consommation.

---

<sup>1</sup> Martha L. Olney, *Buy Now, Pay Later : Advertising, Credit and Consumer Durables in the 1920s*, (Chapel Hill: University of North Carolina, 1991)

<sup>2</sup> E. R. A. Seligman, *The Economics of Installment Selling : A Study in Consumer's Credit*, 2 vol. (New York, Harper & Bros. 1927); Calder utilise largement ce type de sources.

Pour retracer la mise en place de ce système Calder entrelace trois types d'histoires: une histoire institutionnelle du crédit, une histoire sociale des consommateurs de crédit, et une histoire culturelle de la notion de dette.

Au niveau des institutions, il met en évidence la diversité des types de prêteurs dès le XIXe siècle (prêteurs sur gages, agences illégales de prêts, qui pratiquent des taux très élevés, commerçants, relations personnelles). Le prêt et la dette sont des mécanismes présents dès la jeune République, pour une très large part de la population. Le début du XXe siècle marque une évolution avec la réglementation des agences de prêts par les Etats et surtout le développement du « contrat de crédit » (*installment plan*), qui permet l'achat de biens importants à crédit avec des versements réguliers définis à l'avance. La légitimation de ces nouvelles institutions s'opère notamment avec l'explosion des achats d'automobiles entre 1910 et 1930 (75% des automobiles sont vendues à crédit à la fin des années 1920). La Grande Dépression fait figure de test pour le nouveau système de crédit à la consommation. Celui-ci résiste très bien à la crise et se renforce même puisque de nouvelles institutions de prêt voient alors le jour : le gouvernement, les banques commerciales et les grands magasins.

L'histoire de Calder est également sociale dans la mesure où il montre que le public des différentes institutions de crédit est socialement différencié. En règle générale les institutions se développent d'abord en direction de la classe ouvrière et sont stigmatisées comme telles, puis elles sont légitimées quand elles commencent à concerner la classe moyenne.

Troisièmement, au niveau culturel, Calder rejette l'idée du passage d'une société sans dette, caractérisée par l'économie et le travail à une société de profiteurs endettés. L'évolution, entre la fin du XIXe siècle et les années 1920, est celle de la légitimation du crédit à la consommation et de son institutionnalisation dans la culture américaine, pas de son apparition. Calder dénonce le « mythe de la vertu économique perdue », à son apogée dans les années 1920. Il montre que la morale victorienne de gestion de l'argent ne condamne que certaines formes de dettes : les dettes « improductives ». Le changement de perception, parallèle à la mise en place de nouvelles institutions de crédit, se produit au XXe siècle. Il n'est pas brutal et s'accompagne de fortes résistances. (Ford rejette *l'installment plan* jusqu'en 1927).

Calder situe le tournant « culturel » à la fin des années 1920. A partir de cette période, les catégories de production et de consommation évoluent pour les Américains, notamment à travers les travaux des économistes, et la connotation négative associée à la consommation

disparaît progressivement. Dans la nouvelle construction économique et culturelle, la consommation peut être « productrice » de biens matériels ou immatériels, les deux catégories ne sont plus opposées. Toutes les deux sont une utilisation de l'argent pour la satisfaction de l'intérêt des individus. Ainsi, la distinction entre crédit productif et improductif s'estompe. Le *consumptive credit* devient le *consumer credit* et perd son stigmat. Le crédit « improductif » au sens victorien est alors légitimé, sans vraiment changer de système de valeurs puisque le crédit implique une discipline : pour rembourser il faut pouvoir payer ses traites chaque mois, se priver parfois de l'essentiel, travailler. Les valeurs de la morale victorienne sont conservées, mais au service d'un nouveau rêve américain.

Le livre présente ainsi une synthèse très complète des différents aspects du crédit à la consommation dans la société américaine entre la fin du XIXe siècle et le début des années 1930. L'analyse de Calder est très fine, elle présente en détails les évolutions contrastées des différentes institutions de crédit. Il insiste notamment sur le fait que la transition qu'il décrit n'est pas univoque, qu'elle s'opère avec des résistances. Pour cela il confronte la culture de la consommation à d'autres systèmes culturels bien installés dans la société américaine : la valorisation du petit producteur, le républicanisme, le protestantisme. Il ouvre également sur la période suivante en ébauchant les évolutions issues de la Grande Dépression. A cet égard on peut sans doute regretter le manque d'insistance sur l'importance de la Première Guerre mondiale dans les évolutions qu'il décrit (rôle de l'Etat fédéral par exemple).

D'autre part certains acteurs importants sont presque absents de l'analyse de Calder. Il présente le crédit comme l'outil qui permet de faire la transition du rêve américain du petit producteur indépendant à celui du consommateur de la classe moyenne atteignant un idéal d'abondance matérielle grâce aux nouvelles institutions de la consommation. Le crédit permet de passer de l'un à l'autre en préservant les valeurs du travail, de la discipline économique, de la respectabilité. Mais cette analyse ne met pas en évidence les enjeux qui sous-tendent cette transition. Il aurait sans doute fallu plus insister sur le rôle de l'industrialisation qui rend obsolète le rêve américain première version et sur l'émergence d'une nouvelle classe de managers-professionnels-experts<sup>3</sup> qui participe à la promotion de cette nouvelle culture de la consommation, comme réponse aux tensions provoquées par les changements de la fin du

---

<sup>3</sup> Alfred D. Chandler Jr., *The Visible Hand : The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge, 1977

XIXe et du début du XXe siècle, souvent résumés par le triptyque industrialisation-urbanisation-immigration.