

Le choix de consommation. Rationalité et réalité du comportement du consommateur, par J.F.

BERNARD-BÉCHARIES. Préface de HENRI GUITTON. Un vol., 224 pages. Collection « Rythmes économiques » — ÉDITIONS EYROLLES-ÉDITIONS D'ORGANISATION, Paris, 1970

Gérard Pelletier

Volume 47, Number 3, October–December 1971

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1003865ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1003865ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Pelletier, G. (1971). Review of [*Le choix de consommation. Rationalité et réalité du comportement du consommateur*, par J.F. BERNARD-BÉCHARIES. Préface de HENRI GUITTON. Un vol., 224 pages. Collection « Rythmes économiques » — ÉDITIONS EYROLLES-ÉDITIONS D'ORGANISATION, Paris, 1970]. *L'Actualité économique*, 47(3), 577–580. <https://doi.org/10.7202/1003865ar>

Tous droits réservés © HEC Montréal, 1971

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

adoptées n'ont aucune prise. Il explique cette pauvreté chronique (ou involontaire ?) par la culture de pauvreté.

Dans l'ensemble, nous sommes d'accord avec l'analyse de l'auteur. Celui-ci nous semble cependant exagérer l'inefficacité de la lutte en question. De même, il nous apparaît quelque peu osé de prétendre que la société américaine ne peut pas éliminer la pauvreté, même cette partie appelée chronique.

C'est précisément dans la deuxième partie que l'auteur tente d'étayer cette dernière prétention, en utilisant l'approche économique. Ainsi, il affirme qu'on ne peut espérer éliminer la pauvreté involontaire (ou chronique ?), dans un système capitaliste, si elle est le produit d'un système fondé sur l'appropriation privative des moyens de production. La pauvreté peut aussi être le produit du choix des valeurs effectué au sein d'une société et de la non-propagation ou de la propagation défectueuse des richesses, de l'éducation, de l'emploi à partir de ces choix.

La lecture de cette partie nous porte à croire que l'auteur opte pour la première explication de la pauvreté. En effet, pour ne pas entrer dans le détail de l'analyse économique, contentons-nous de rappeler les deux objectifs fondamentaux que l'auteur attribue à la société américaine, soit l'augmentation du produit et celle du profit. De l'un ou l'autre de ces deux objectifs, ou des deux à la fois, découlent les conséquences suivantes, entre autres : pauvreté de certains travailleurs ; exclusion de certains travailleurs du processus de production ; persistance du chômage ; etc.

De telles conséquences et d'autres sont déduites à partir d'une analyse en quatre chapitres. Dans le premier portant sur les « conditions d'emploi et pauvreté », l'auteur traite du contrôle des moyens de production, des rapports de forces et de la stratégie des bas salaires. Dans le deuxième, intitulé « croissance et pauvreté », on y traite des théories de la croissance en regard de la pauvreté et de la dynamique de la répartition. Dans le troisième, l'auteur discute de la sélectivité du chômage de même que de l'équilibre de sous-emploi, sous le titre de « chômage et pauvreté ». Enfin, le dernier chapitre couvre le *welfare* et la pauvreté, c'est-à-dire la construction du Welfare State et les besoins des hommes dans une économie en projet.

Somme toute, selon l'auteur, la guerre à la pauvreté est un échec, car l'élimination de la pauvreté est en contradiction avec les objectifs actuels de la société américaine. S'il en est vraiment ainsi, et de plus si l'auteur a raison d'affirmer que les leçons que l'on peut tirer de l'expérience américaine sont importantes pour les pays européens, à plus forte raison ces mêmes leçons sont-elles tout aussi importantes, sinon plus, pour le Canada.

Bertrand Belzile

Le choix de consommation. Rationalité et réalité du comportement du consommateur, par J.F. BERNARD-BÉCHARIES. Préface de HENRI GUITTON. Un vol., 224 pages. Collection « Rythmes économiques ». — ÉDITIONS EYROLLES-ÉDITIONS D'ORGANISATION, Paris, 1970.

La veine qu'exploite monsieur Bernard-Bécharies est d'ordinaire l'apanage des grands professeurs d'expérience, puisque la réflexion méthodologique se conçoit d'habitude comme une méditation *ex post* sur ses travaux et les résultats d'autrui. Son livre a donc les caractéristiques propres à la jeunesse : la fraîcheur et une certaine audace un peu candide.

La préface de Henri Guitton et le prologue de l'auteur, écrits après six ans de réflexion, font prendre conscience des périls de l'aventure. L'ouvrage repose sur des considérations de méthodologie générale des sciences, bien que l'auteur évite le recours à des termes ésotériques pour ne pas effrayer le lecteur économiste ; d'autre part, la critique méthodologique et l'exposition de la position même de l'auteur empêchent ce dernier d'aller aussi loin qu'on le souhaiterait dans une analyse documentée et approfondie de la théorie des préférences, des choix et de la consommation.

Certains indices, comme la confusion entre synchronie et diachronie (p. 98), une certaine légèreté dans le traitement des effets « Bandwagon », « Snob » et « Veblen » (p. 113), et l'insuffisance des sources bibliographiques, nous font soupçonner que l'auteur n'a pu explorer son sujet autant qu'il l'aurait voulu.

En contrepartie, monsieur Bernard-Bécharies nous offre une sorte d'étonnement husserlien, une prise de conscience aiguë et brutale de l'état de la théorie des préférences.

Dans sa première partie, sur « le choix rationnel de consommation », il souligne l'ambiguïté de cette partie de la théorie économique, sujet qu'il continue d'ailleurs d'enrichir, tout au long du volume, d'observations intéressantes.

Ce n'est qu'avec une grande réticence que les économistes se sont interrogés sur les facteurs explicatifs des choix et de la demande, car il leur semblait verser dans la science du psychologue ou du sociologue. Ils sont donc demeurés embarrassés entre deux conceptions méthodologiques, avec la conséquence que leur construction ne répond aux critères ni de l'une ni de l'autre.

Selon la première, la théorie rationnelle des choix aurait une valeur sémantique, c'est-à-dire que la théorie devrait avoir une correspondance dans la réalité empirique ; les axiomes et hypothèses de la théorie devraient expliquer le comportement des consommateurs avec une approximation suffisante pour guider la recherche ultérieure et les applications en ce domaine. Or, on remarque que les chercheurs des études de marché et des enquêtes de consommation ignorent tout en pratique de cette théorie dont ils ne savent que faire. La réalité est beaucoup plus riche et contredit souvent la théorie : non seulement l'élévation du prix a souvent un effet inverse à la loi de la demande, mais le niveau même du prix sert souvent au consommateur de barème de qualité, indépendamment des mérites intrinsèques du produit. De plus, pour une proportion étonnante des achats, la hausse du revenu ou une diminution des prix ne se résout pas en une plus grande quantité demandée, mais en

une quantité égale ou moindre d'une qualité jugée supérieure, d'où l'importance des facteurs qui influencent l'ordre des marques dans l'esprit du consommateur.

Selon la deuxième conception méthodologique, la théorie serait plutôt un exercice à valeur syntaxique. Alors, la preuve est exclusivement d'ordre logique et le raisonnement doit découler uniquement des axiomes et des définitions. Outre l'hypothèse d'indépendance (p. 61), qui apparaît à l'auteur « incompatible avec le caractère axiomatique de la théorie », les économistes utilisent le mot « rationalité » tantôt dans le sens de rigueur logique, tantôt dans le sens psychologique de la fidélité aux axiomes de comportement posés au départ, d'où confusion entre l'approche sémantique et syntaxique.

Dans sa deuxième partie, l'auteur propose donc une théorie à vrai contenu sémantique. On a tort de considérer comme extérieur à l'économique tout ce qui est valable empiriquement mais vient du psychologue. Un économiste est encore économiste, et ses prévisions seront encore meilleures, s'il peut prendre les résultats du psychologue et les intégrer à sa démarche propre, sans avoir à vérifier toute la démarche du psychologue. Conformément à ce principe, il formule donc une démarche qui intègre à la fois les analyses de choix des psychologues, les catégories de l'économiste et de l'économètre. Une nouvelle taxonomie, d'abord statique, définit le produit selon l'attrait, les caractères répulsifs et la satisfaction anticipée, face au besoin. À mi-chemin vers la dynamique, cette taxonomie s'enrichit de l'expérience antérieure de satisfaction réelle pour redéfinir la satisfaction anticipée. Dynamisée pour saisir le réel, la théorie accepte donc comme variables endogènes les constantes trouvées par les psychologues aussi bien que celles des économistes, l'auteur y ajoute les concepts d'image du produit et d'image du revenu, liés aux expériences antérieures et aux variables endogènes, et évoluant dans le temps pour redéfinir les besoins. Au lieu de rester substantiellement la même pendant cinquante ans encore, cette nouvelle théorie s'enrichirait constamment de nouvelles hypothèses de recherche venant de données exogènes comme le changement des motivations, de l'environnement social, du système socio-juridique, etc.

Nous souscrivons d'emblée à plusieurs propositions de l'auteur. Il nous fait prendre conscience d'un problème qui découle d'une attitude méthodologique douteuse chez les économistes : maintenant que la psychologie et d'autres sciences de l'homme se sont développées assez pour nous aider à comprendre certains phénomènes à la base des décisions économiques, l'ignorance de ces sciences ne peut jouer que contre nous. Il nous propose une attitude interdisciplinaire qui évite la spécialisation étroite et aveugle, sans pour autant verser dans une vague science totale, ni dans une sorte de synthèse des autres disciplines comme le propose, par exemple, Schoeffler. Si l'on décompose les grands agrégats keynésiens pour mieux prévoir leurs mouvements en étudiant les comportements de sous-secteurs ou de grandes catégories d'agents,

n'est-il pas aussi nécessaire de connaître les motifs des composantes des propensions globales ? L'approche interdisciplinaire aux décisions et aux choix sociaux, dans l'avenir, changera vraisemblablement bien des aspects à la théorie économique actuelle.

Tout en prenant partie, d'une façon heureuse, dans la querelle du champ propre à l'économiste, l'auteur prend aussi partie dans la célèbre « querelle Friedman » sur la méthode, en favorisant l'approche de Chamberlin. Sa thèse ne trouve d'ailleurs toute sa portée que dans le cas chamberlinien. Sans contester la valeur sémantique indiscutable de l'approche de Chamberlin, il faut souligner toutefois qu'elle ne s'applique pas à tous les biens. L'approche de Bernard-Bécharies, comme celle de Chamberlin, repose sur l'existence d'un phénomène de mauvaise information, d'information influencée par les producteurs, donc, peu objective et discutable. Si nous supposons qu'une institution d'information objective, patronnée par les consommateurs ou l'État, a assez d'impact pour contrer la publicité, le choix de consommation prendra une structure beaucoup moins compliquée que celle de notre auteur. Or, nous pensons que nous nous dirigeons effectivement vers une plus grande protection du consommateur. De plus, la théorie des préférences orthodoxe déborde en généralité l'étude des biens de consommation privée ; une bonne partie des axiomatiques récentes essaie de mettre le doigt sur un ou des axiomes précis qui font qu'on peut additionner des demandes individuelles, mais pas des préférences. De ces études devraient sortir des points intéressants pour les choix collectifs, la demande de biens publics, les institutions démocratiques.

Il reste que monsieur Bernard-Bécharies a eu raison de publier, sur le conseil de monsieur Guitton, car voilà un livre qui fait réfléchir sur des questions importantes.

Gérard Pelletier

Choice. An Introduction to Economics, par AUGUSTUS J. ROGERS III. Un vol., 188 pages. — PRENTICE-HALL INC., 1971.

Dissipons tout d'abord une ambiguïté qui risquerait d'induire le lecteur en erreur, car ces ambiguïtés sont fréquentes de nos jours. Malgré le titre, ce petit manuel n'est pas un traitement plus modeste de la théorie des préférences et des choix, comme on en trouve par exemple chez Walsh : *Introduction to Contemporary Microeconomics*, (McGraw-Hill, 1970) qui, malgré son titre plus large, est surtout dévolu à ce sujet. Ici, c'est exactement l'inverse, car l'auteur passe par-dessus la théorie des préférences et des choix, telle que l'entendent les spécialistes, pour un premier cours d'une quinzaine d'heures qui comprend des rudiments de la microéconomie, de la macroéconomie, de monnaie et crédit et même de développement.

Les traits les plus caractéristiques de la présentation matérielle sont l'abondance de graphiques, des résumés essentiels très en relief, avec des exemples typiques comme la demande de marijuana, etc.