

REPRESENTATION SOCIALE DE
L'AUTOMOBILE
ET
GENESE DE SA CRISE

Ière PARTIE

CLAUDE HARMELLE

AOUT 1980

DOC

CDAT
6674 A

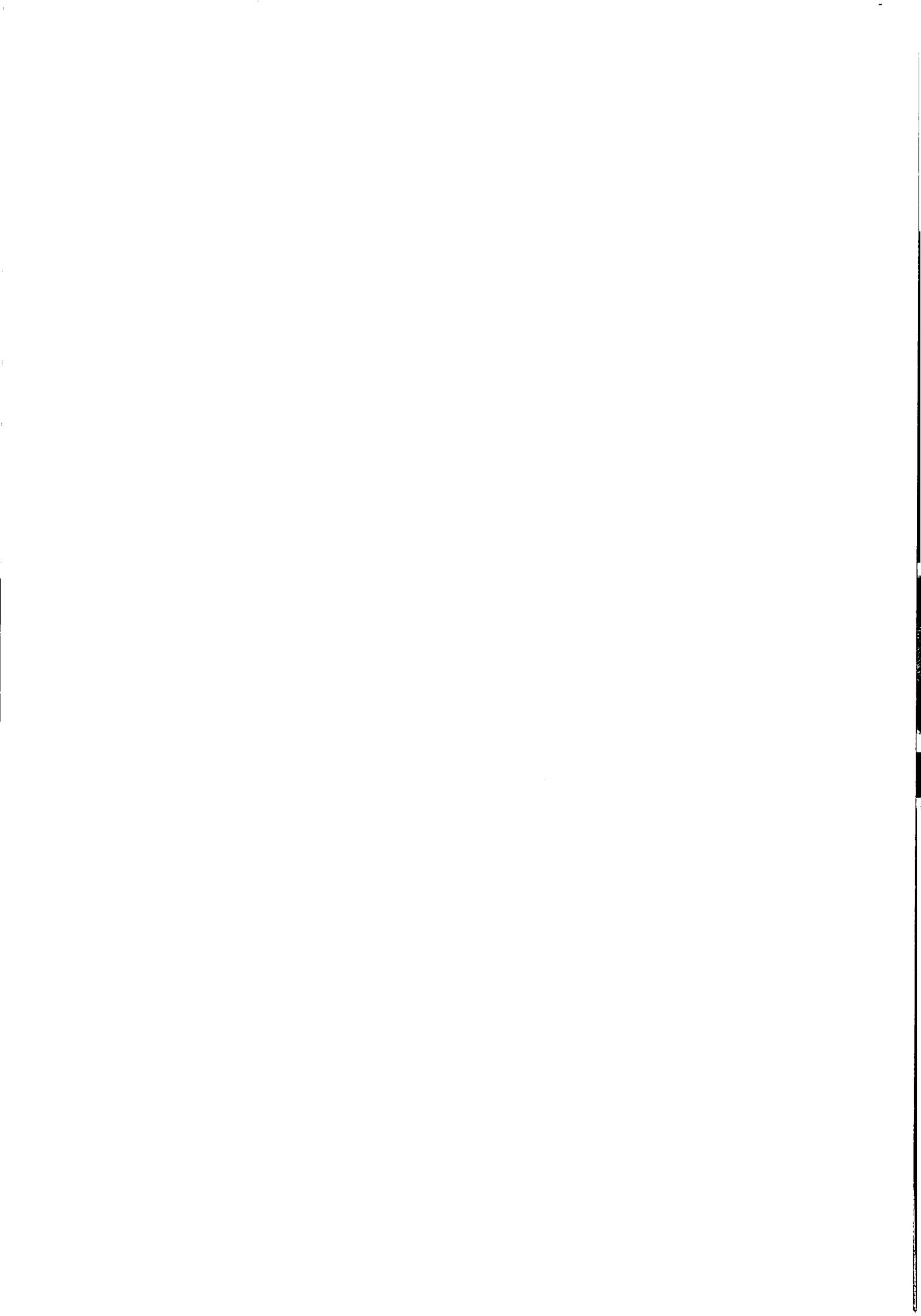
D.G.R.S.T

MISSION DE LA RECHERCHE DU

MINISTERE DES TRANSPORTS

(SOCIO - ECONOMIE)

AIDE A LA RECHERCHE N° 77 7 1678



SOMMAIRE

PROLOGUE p 3

CHAP. I: BESOIN OU DEMANDE D'AUTOMOBILE ?..... p 9

 1. Automobile et individualisation de l'investissement..... p 11

 2. Marché automobile: une crise du besoin? p 19

CHAP.II: LES ENJEUX DE POUVOIR DE L'AUTOMOBILISATION p 29
 (esquisse d'approche macro-sociale)

 1. Fascisme, populisme et automobilisation p 31

 2. Mythologie automobile et discours militaire..... p 39

CHAP.III:VIE QUOTIDIENNE ET AUTOMOBILISATION..... p 57

 1. Un espace sans discontinuité ?..... p 59

 2. Vers l'abolition de l'opposition ville-campagne..... p 65

 3. Le citoyen automobilisé p 77

 4. L'automobile et les mass-médias: une nouvelle figure
 de l'intimité p 89

 5. Obsolescence des promesses de mobilité ?..... p 95

 6. Autoroute et déterritorialisation du paysage..... p 99

 7. Le point de vue des sauvages sur le pouvoir lié aux
 transports p 105

POSTFACE: De la voiture "projection de l'ego" à l'automobile
investie par le social: une légitimité en crise p 109



PROLOGUE

Nous nous étions fixé comme objectif, au début de cette recherche de tenter de mettre à jour dans quelle mesure les symptômes de crise (1) qui se manifestaient alors sur l'espace automobile (2) n'étaient pas seulement à lire comme des conséquences mécaniques de la saturation croissante de son marché (3) mais encore, et peut-être de façon plus significative disions-nous alors, comme symptômes des effets d'assujettissement (de l'espace du déplacement) qui ont accompagné, dès l'origine, le développement du processus d'automobilisation.

Nous posions alors la question de savoir si la crise n'était pas, aussi, profondément liée à une désaffection, socialement agissante, d'un espace de circulation et de déplacement qui aurait atteint une certaine limite de clôture, de refermeture, de reterritorialisation, induite par la généralisation, d'un modèle très normatif d'usage social de l'automobile.

(1). Dans une deuxième partie complémentaire de cette recherche, O. Querouil analysera les composantes idéologiques et stratégiques de la crise.

(2). Coût croissant de son usage, contestation de ses nuisances directes ou indirectes, antagonisme croissant avec les exigences de la vie urbaine, contestation du mode de travail extrêmement parcellisé caractéristique de son appareil productif, crise de l'énergie... etc

(3). Avec comme corrélats, l'effondrement des valeurs d'échange symbolique qui ont longtemps prévalu sur ce marché et une exacerbation de la concurrence pour l'occupation des espaces de circulation. Cf L. Boltanski " Encombrements et concurrence pour l'espace" in Actes de la Recherche.

Nous faisons alors l'hypothèse que la crise aurait une dimension fondamentale de crise des besoins. En tant que ces besoins sont l'expression la plus normativisée, la plus "circulatoire" (la mobilité réduite au simulacre), la plus dépendante de l'appareil de production de la demande sociale et du même coup largement autonomisée des désirs d'errance, de nomadisme et des plaisirs machiniques qui ont assuré pour partie le succès prodigieux et le surinvestissement imaginaire et économique dont l'automobile a été l'objet depuis le début de ce siècle.

Une telle caractérisation de la crise impliquait une mise à jour de la genèse des insatisfactions qu'elle manifeste; et donc d'interroger les normalisations successives qui ont marqué le développement des usages de l'automobile. Notamment comment le temps du déplacement de plus en plus organisé (et perçu) comme temps mort, idéalement annulable, objet d'un hygiénisme social qui y interdit (ou suspecte) tout plaisir, est de plus en plus annexé à la reproduction de la force de travail.

Ces formulations datent de 1978, c'est à dire d'une période caractérisée par une certaine pause du prix de la dépendance énergétique dont l'automobile aujourd'hui subit avec plus d'acuité la crise. Le poids de cette dépendance, il conviendra sans doute un jour d'interroger comment, par le jeu de quelles forces, il a pu être occulté au point qu'il fait encore effet de surprise alors qu'en 1920 (première crise d'approvisionnement) durant l'avant guerre et à la libération l'état du marché aussi bien que des considérations stratégiques et politiques avaient créé les conditions d'un débat public qui semble aujourd'hui oublié.

Car plus que l'industrie automobile, sans doute, l' "économie-monde" (au sens de Braudel) de la période 1940-1970 c'est (et déjà c'était) à n'en pas douter la mobilisation à l'échelle planétaire des immenses ressources pétrolières sans le contrôle et le captage desquelles, l'automobile, aussi séduisante qu'elle fût, n'aurait pu connaître l'universalité d'usages qu'elle a atteint dans nos sociétés.

L'espace social de l'automobile, dans ce qu'il annexe et assujettit, bénéficie sans doute de l'espace colonial et néo-colonial qui contribuent dans une large mesure aux "facilités" qui l'aident à s'imposer à ses concurrents (le chemin de fer par exemple). Comme machine de guerre d'abord (les grands raids de l'entre deux guerres sont intimement liés à la consolidation de cet empire colonial), et plus profondément sans doute en tant que sa reproduction (de l'espace colonial) permettra que soient longtemps masqués les coûts énergétiques et les raretés qui se font jour aujourd'hui.

Cet arrière fond de dépendance et d'assujettissement (de ressources) dans le cadre de quoi s'est développé le marché automobile explique sans doute que l'automobile ait été, pour partie, un des instruments qui rendait désirable (parce qu'elle l'était pour beaucoup, quel qu'en fut le prix) et réalisable un minimum de consensus de soutien aux politiques néo-coloniales. Dans le même temps, cet espace néo-colonial à quoi s'assujettit l'automobile participe sans doute de l'agencement de pouvoir par lequel, jusqu'à la rupture du statu-quo par les producteurs, sera longtemps occulté et méconnu le caractère non renouvelable, les raretés et les fragilités propres à la dépendance, caractéristiques des ressources pétrolières.

En ce sens donc, et bien que la question pétrolière n'ait été évoquée dans cette recherche que de façon marginale, cet aspect de la crise ne contredit pas, tant s'en faut, les concepts et les hypothèses à travers quoi nous avons tenté de rendre compte de la genèse de la crise de l'espace automobile.

Cette genèse de la crise, nous l'avons parcourue à travers trois grandes séries de questions qui font l'objet d'autant de chapitres dans le rapport qui suit.

La première question (ou le premier ensemble de questions) a trait aux rapports du processus de croissance et de monétarisation de nos sociétés qui jusqu'à une date récente ont été fortement corrélés. L'offre d'automobiles, arqueboutée jusqu'à la deuxième guerre mondiale à un modèle de clientélisme (et de gestion) qui reste largement Mal-

thusien est propulsée à la libération au centre d'un modèle de capitalisme populaire et de croissance (1) qui élargira considérablement son marché.

Nous avons voulu montrer comment le processus d'automobilisation, au niveau le plus micro-social de son économie, tire la force de sa croissance de la mise en crise (et des faiblesses) de l'économie préexistante faiblement monétarisée et où la part de l'investissement qui échoit aux ménages est encore dérisoire.

Comment la production de la demande d'automobiles rend désirable et nécessaire (et à ce titre constitue un dispositif stratégique de l'appareil productif) un codage et un décodage des flux monétaires, des ambitions, des modèles de loisir et de mobilité ...etc...à leur niveau le plus intime.

Cette fonction stratégique de la production de la demande, nous l'avons également interrogée dans le cadre des aspects les plus récents (2) de la crise: comment les micro-politiques de l'angoisse dont elle est l'occasion - spécialement dans le domaine des usages de l'automobile - est l'instrument d'un pilotage renouvelé de la demande et de production des nouveaux consensus.

Ces questions sont l'objet du premier chapitre de ce rapport: " Sur quelques aspects de l'économie micro-sociale de l'auto-mobilisation ".

Le deuxième chapitre traitera plus spécialement de quelques uns des enjeux stratégiques sur lesquels s'est constitué l'espace automobile. Enjeux dont on verra que d'un pays à l'autre, d'un système politique à l'autre, ils ne sont pas forcément homogènes mais qui situent tous l'approfondissement de l'assujettissement spatial comme objectif stratégique de l'automobilisation .

Référés à un double pôle de déterritorialisation et de reterritorialisation de l'espace social, ces enjeux ont été au centre de la modélisation et d'une certaine normalisation de la demande à travers

(1) Il a fallu un véritable coup de force du clan "planiste" issu de la résistance pour que Renault se lance dans un modèle populaire (la 4 CV) alors que les projets de L. Renault étaient de promouvoir un modèle "cossu" pour notables ruraux et que le patronat de la grande industrie souhaitait cantonner la firme nationalisée à un marché plus étroit.

(2) Mais antérieurs à ce qui se profile depuis le "deuxième choc pétrolier".

les fascinations qu'ils ont rendu plus ou moins opératoires au plan de la représentation sociale de l'objet automobile.

Et que cette représentation sociale de l'automobile soit aujourd'hui investie par une interpellation éthique et politique de ces modes de légitimation longtemps refoulée par le dynamisme du marché, c'est aussi ce que l'on commencera à apercevoir dans le cadre de ce chapitre.

Le dernier ensemble de questions que nous aborderons dans ce rapport (chapitre III : Espèces d'espaces de l'auto-mobilisation) élargit les questions traitées (à un niveau macro-social), au chapitre précédent, au plan de toute une série de sous ensembles micro-sociaux où se donne à lire la consistance du procès de déterritorialisation et de reterritorialisation par quoi le succès de l'auto-mobilisation se donne l'"aire" d'avoir "révolutionné" le social.

Comment l'espace (continu-discontinu ?); le rapport ville-campagne, les formes (modèles et avatars) de la citoyenneté, certaines figures de l'intimité (le couple par exemple) ou de la mobilité, le paysage et jusqu'à la représentation de pouvoir attaché aux équipements des transports, ont été et demeurent des enjeux de pouvoir par quoi l'auto-mobilisation ne saurait se réduire à la somme des choix individuels.

Le parcours de ces figures singulières (forcément lacunaires) d'espaces auto-mobilisés renverra, nous l'espérons, le lecteur à la genèse de longue durée de la crise présente de l'espace automobile.

=

Quant à notre méthodologie dont il est d'usage, dans le style préfacier, de faire étalage comme garant d'une science souvent étique (et pas forcément éthique) il y a finalement peu à dire. Les matériaux qui ont retenu notre attention, stimulé notre écriture, validé ou infirmé nos hypothèses sont assez hétérogènes (textes de fictions, bandes dessinées, images et messages publicitaires, entretiens que nous avons sollicités). Ils ont en commun de constituer une sorte de littérature mineure sur et à propos de l'automobile que la littérature officielle (théorique, légale...etc) néglige d'ordinaire sauf

à la quantifier ou à la référer à une légitimité signifiante extérieure.

Pour nous, ces matériaux avaient le mérite d'être au plus près de la représentation sociale de l'automobile pas seulement en tant qu'elle serait un corpus figé et facilement encadrable, mais aussi et surtout traversée de singularités et objet d'un travail (elle est sans cesse produite et différenciée par tout un appareil de discours : publicité, littérature apologétique, journalistique, militante ...etc) qui la fait changeante.

Dans la perspective où nous nous plaçons le repérage de ces singularités, et de ce travail, a plus d'importance que leur généralisation ou leur quantification.

Aussi bien, pour ce qui concerne la soixantaine d'entretiens que nous avons réalisé dans le cadre de cette recherche, nous sommes nous refusés à constituer un échantillonnage représentatif de discours qui deviendraient objets d'interprétation (1). Au contraire nous avons sollicité ces entretiens pour ce que nous devinions que chacun pouvait nous apprendre ou nous surprendre. D'où il résulte qu'ils sont ici cités sans interprétation et à titre de témoins non pas objets mais sujets de discours et sujet collectif de cette recherche.

Il s'agit là d'un choix éthique essentiel à la consistance de notre travail qui doit se lire dans le champs des sciences sociales et comme défi des sciences "humaines" tant il est vrai qu' *"il n'y a pas de science de l'homme, ce qu'il nous faut entendre au même ton qu' il n'y a pas de petites économies. Il n'y a pas de science de l'homme, parce que l'homme de la science n'existe pas, mais seulement son sujet.*

On sait ma répugnance de toujours pour l'appellation de sciences humaines, qui me semble être l'appel même de la servitude.

C'est aussi bien que le terme est faux, la psychologie mise à part qui a découvert les moyens de se survivre dans les offices qu'elle offre à la technocratie; voire, comme conclut d'un humour vraiment swiftien un article sensationnel de Canguilhem: dans une glissade de toboggan du Panthéon à la Préfecture de Police. Aussi bien est-ce au niveau de la sélection du créateur dans la science, du recrutement de la recherche et de son entretien, que la psychologie rencontrera son échec. (2)

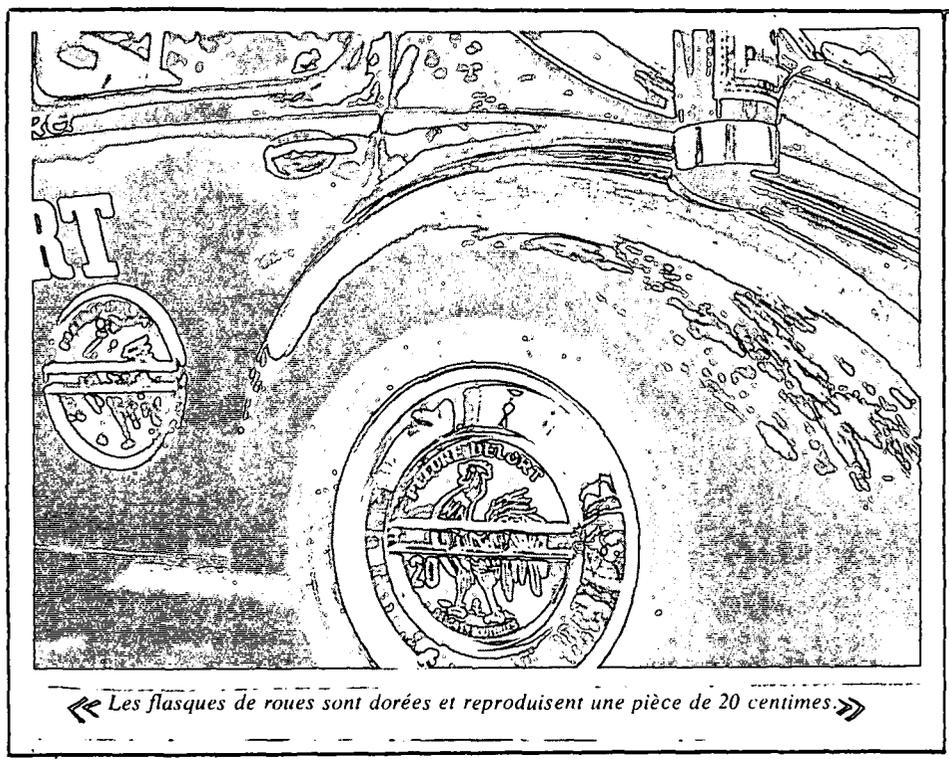
(1) Ce n'est sans doute pas un hasard si le marketing et la publicité usent et abusent sans réticence de ces méthodologies "psycho-sociales".

(2) J. Lacan, "Ecrits", dans le chapitre "Science et Vérité".

CHAPITRE I

BESOIN OU DEMANDE D'AUTOMOBILE ?

- 1. Automobile et individualisation de l'investissement
- 2. Marché automobile: une crise du besoin ?





1. AUTOMOBILE ET INDIVIDUALISATION DE L'INVESTISSEMENT.

" Ce n'est pas parce que nous sommes riches que nous avons beaucoup de voitures, c'est parce que nous avons beaucoup de voitures que nous sommes riches."

Henri Ford

Écoutons ce que dit De Dion Bouton quand, à l'orée de l'épopée de l'industrie automobile et dans un texte d'allure futuriste, il veut séduire le pouvoir politique encore sceptique:

"... En remerciant le Chef de l'Etat, et pour répondre à l'ironie bienveillante dont étaient empreintes les paroles d'encouragement qu'il voulait bien nous adresser, je lui fis observer qu'il ne se doutait certainement pas de la grandeur de l'oeuvre entreprise et je lui donnai l'assurance que l'industrie encore en gestation était destinée non seulement à donner au monde un autre mode de locomotion, mais encore à bouleverser notre mentalité et à transformer notre manière d'être.

J'ajoutai même: "Jusqu'ici, nous avons été en France, un peuple artistique et littéraire; nous acquerrons plus vite qu'on ne saurait l'imaginer (et grâce à l'automobile) un esprit méthodique et calculateur. Vous verrez ! Vous verrez ! " (1)

En 1905 l'automobile n'est encore qu'un luxe tapageur et décrié pour mondains encanailés de mécanique; à peine a-t-elle commencé à s'introduire dans les domaines des transports en commun et de marchandises. De Dion Bouton anticipe de façon étonnamment clairvoyante le pouvoir d'axiomatisation de l'espace économique qui va être celui de l'automobile. Et il anticipe en situant l'enjeu non seulement au niveau macro-économique comme le fait le paradoxe néo-keynésien de Ford ("*Nous n'avons pas beaucoup d'automobiles parce que nous sommes riches...*"), mais encore et

(1) " L'Automobile Reine du Monde" par le Marquis de Dion, article dans la revue "Je sais tout" de 1905 , p. 217

fondamentalement au niveau micro-économique.

Peut-être y a-t-il d'ailleurs autant de roublardise dans son propos que de génie proprement futuriste. Sans doute devine-t-il que, dans la perspective du pouvoir, l'innovation technique a moins de poids que l'organisation et le dressage des masses (ce qui n'exclut pas au contraire des préoccupations quant à leur "bonheur"), qui peut en résulter. (1) Peut-être aussi reproduit-il, en partie, une convention propre au discours de "salon" : dans l'hagiographie du progrès, la morale marche souvent du même pas que la technique.

N'empêche qu'il énonce quelque chose qui va se vérifier à grande échelle, à savoir que le capitalisme va conquérir avec l'automobile une nouvelle frontière. Une nouvelle "économie-monde" comme dit Braudel est en marche qui va déplacer les enjeux et les centres de pouvoir et de profit. Et laissons pour l'instant la dimension spatiale de ce problème de côté car il nous importe que De Dion en ait indiqué le versant micro-politique. Une nouvelle frontière donc mais qui vise les masses et qui va les mettre en série (2) . Ce que va permettre l'automobile, annonce De Dion, c'est d'introduire le capitalisme à savoir une logique de calcul, d'accumulation et d'investissement au niveau le plus individuel. Non seulement atteindre le plus grand nombre d'individus que ne le permettait le chemin de fer notamment dont les "zones d'ombre" et les discontinuités seront bientôt à portée d'automobile, mais encore et surtout les atteindre plus intimement. Les moeurs, l'emploi du temps, la vitesse, l'errance et le déplacement sont désormais les enjeux stratégiques, la frontière imaginaire à conquérir d'une "économie-monde" qui réfléchit son avenir.

Quand il nous regarde dans sa boule de cristal, De Dion Bouton nous voit avec l'oeil de l'ethnologue militaire brésilien qui accroche aux arbres, autour des villages indiens d'Amazonie, casseroles,

(1) Aujourd'hui c'est sans doute davantage au niveau des choix qui sont faits en matière d'informatisation de la société qu'on sent le plus la prégnance de ces préoccupations .

(2) Le Taylorisme dont l'industrie automobile va être le premier champ d'application à aussi grande échelle va aussi s'en charger.

machettes et miroirs pour accélérer (1) leur intégration au monde nouveau. Lui aussi nous a trouvé une nouvelle drogue. Il sait que ce nouveau "deal" va accélérer la circulation des flux, et décoder leurs anciens équilibres; la rente foncière, par exemple, comme dans l'interview qui suit:

" Mon père , jusqu'à la fin de sa vie, a eu un chauffeur qui était aussi jardinier et homme à tout faire et c'est moi qui l'ai licencié en 1952. Mon père savait conduire mais ça l'ennuyait. Je crois qu'il aurait eu un sentiment de déchéance sociale. Il était passé des voitures à cheval à l'automobile sans que rien ne change pour lui. Il aimait se faire conduire, faire le tour de ses fermes, aller à la chasse. Et par exemple il n'aimait pas beaucoup que je conduise, souvent je m'en sentais un peu frustré, j'étais d'une autre génération. Il aimait aussi avoir " son monde". Nous avions un personnel pléthorique: une cuisinière dans l'appartement de Nancy où nous ne passions pas trois mois par an, ici, deux vieilles dames délicieuses qui avaient été nos gouvernantes et qui faisaient tout dans la maison et ce chauffeur qui s'occupait de la traction. C'était notre plus grand luxe, autrement nous avions un mode de vie plutôt frugal. Nous vivions presque en autoconsommation. A la fin de sa vie, mon père a sacrifié une partie des terres pour conserver ce mode de vie. Le revenu des terres agricoles, quand on s'exploitait par soi-même, n'était plus suffisant. Il n'a pas pu s'adapter, investir dans des opérations rentables. Il nous a laissé un patrimoine diminué. A sa mort, ma soeur et moi, nous nous sommes aperçu qu'il fallait licencier tout le monde pour n'être pas acculés à tout vendre. Adolescent, je ne m'imaginais pas d'autre avenir que la vie de riche oisif qu'a mené mon père. Ca ne me déplaisait pas, loin de là!, même si j'avais des préoccupations sociales qui l'auraient choqué. Il m'a fallu déchanter. Heureusement que j'avais un peu fait mon droit. J'ai pu reprendre un fond d'assurances."

(1) L'alcool a eu et a encore la même fonction dans le contact de l'occident avec beaucoup de sociétés "primitives".

On devinera que ce n'est pas par goût de la nostalgie, que nous donnons à lire les soupirs de ce monde qui disparaît, car elle est plus dure encore à partager que sa richesse défunte.

Et certes que la rengaine que " le temps c'est de l'argent" n'est pas nouvelle puisque c'est l'axiome même du salariat. Mais la machine automobile va élargir son audience en brouillant notamment la frontière qui séparait consommation et investissement. Le voyageur de la malle-poste ou du train bénéficiait d'une certaine irresponsabilité. Il achetait un service et s'organisait au mieux dans un espace dont l'organisation lui échappait. Il ne lui était pas demandé d'intérioriser la logique du capital fixe et du capital variable ou le secret des fluctuations de la valeur boursière des actions du Chemin de Fer. L'homme auto-mobilisé lui, par contre, est sollicité de manière plus nette d'intégrer les paramètres de l'investissement et de la rentabilité.

" Les placiers s'en vont maintenant chez leurs clients. Une voiture à deux places, et, à l'arrière, entre deux montants d'acier, les boîtes d'échantillon. Un arrêt. Le placier fait fonctionner la serrure d'un des montants d'acier. Et il tire la boîte dont il a besoin. Dans sa matinée il verra dix maisons. En 1905 il en voyait trois ou quatre!... Ceux-ci ne connaissent plus le chemin de fer qui ne pouvait les faire pénétrer partout, ceux-là ont déjà oublié l'époque où il leur fallait entretenir deux ou trois chevaux pour faire leur tournée quotidienne." (1)

L'extrait d'interview qui suit, où parle un ingénieur en informatique, ne dit pas autre chose mais l' "esprit calculateur" qu'annonçait De Dion y est déjà plus "sophistiqué" et davantage intégré à l'économie individuelle:

" J'achète toujours des voitures neuves dont je change souvent parce que, comme ça, c'est un capital qui ne se déprécie pas trop... Et j'ai toujours une voiture impeccable, facile à re-

(1) De Dion Bouton, op. cité 1905 . Il décrit ici l'avenir de l'automobile à l'horizon de 1925.

vendre. Au bout d'un an ou deux, hop! , je passe une annonce dans le particulier, je les vends souvent mieux que l'argus. Je perds un minimum et je mets la différence pour en avoir une neuve. Comme ça aussi je sais exactement ce que ça me coûte et c'est sûrement moins que beaucoup qui essaient de faire durer et paient des réparations astronomiques. En plus il n'y a rien que je déteste plus que de perdre mon temps avec les pannes."

Cette intimité du capitalisme dont le déploiement de l'industrie automobile est l'occasion a pour corollaire un déperissement rapide de l'économie d'autoconsommation à faible circulation monétaire et de sa forme d'épargne privilégiée: le bas de laine. Le développement du marché automobile a été contemporain (et sans doute le moteur) d'une bancarisation sans précédent de la société civile en même temps que d'une intégration également sans précédent de nouvelles classes sociales aux mécanismes du crédit:

" Quand j'ai eu dix-huit j'ai passé mon permis de conduire et je me suis souvent ouvert un compte en banque, ça allait un peu ensemble car c'était l'hiver et je me suis dit : l'été prochain il me faut une voiture , je travaillais déjà, ils me feront bien un crédit."

" Au début des années soixante acheter à crédit, dans la campagne où j'étais, c'était encore la honte. Enfin peut-être pas chez les paysans qui se mécanisaient. Mais chez les ouvriers, le crédit c'était un peu le diable, quelque chose de pas bien honnête, ma mère elle n'aurait pas supporté de devoir de l'argent au boucher et la banque elle ne connaissait pas. Quand j'ai commencé à travailler, je faisais d'abord des remplacements à la poste, je me suis ouvert un livret d'épargne et j'économisais. Je gagnais pas gros mais j'économisais beaucoup, presque tout ce que je donnais pas à ma mère. C'était pour mon trousseau et une auto car j'avais un amoureux, c'est mon mari maintenant, qui habitait à dix kilomètres. C'était pas pratique pour se voir car il était étudiant et n'avait pas d'argent pour s'acheter une auto... La première c'ét-

ait une occasion, je l'ai payée comptant, elle m'a permis de gagner un peu plus d'argent car je pouvais faire des remplacements dans les postes plus loin ...Après j'ai eu un compte de chèques postaux et ma deuxième voiture, une neuve celle-là je l'ai achetée à crédit, j'en avais besoin pour travailler..."

Et ce processus d'intégration de la sphère de la consommation à la production n'est-ce pas aussi ce que suggèrent les auteurs de l'Anti-Oedipe quand ils montrent qu'à partir d'un certain niveau de développement du capitalisme, la distinction entre production et anti-production, consommation et consommation n'a plus de sens et que tout y est production: production de moyens de production, production des besoins et des demandes (dans les milieux spécialisés, on ne dit plus faire de la "pub" mais investir dans la pub), production d'anti-productions (destructions, nuisances, immobilisations) qui élargissent sans cesse le marché.

Ainsi des modèles de consommation. Nul doute que les différenciations qui s'y opèrent (la logique de la "distinction" dirait Bourdieu), les concurrences dont ils sont l'objet, leur obsolescence même, sont au centre des mécanismes de l'angoisse. Angoisse qui a atteint un niveau tel dans nos sociétés massivement auto-mobilisées (1) que sa gestion est devenue un instrument privilégié du gouvernement des hommes et des choses.

(1) Bien entendu l'automobile n'est pas seule en cause mais nous avons montré dans nos précédents travaux sur la représentation sociale de l'accident comment la conduite automobile avait été le bien privilégié d'émergence de la sécurité comme renouvellement des fondements idéologiques du besoin (et les risques d'une telle idéologie).

Un double handicap freinait la vente des 4 CV : son prix relativement élevé pour les revenus d'après-guerre, et un délai de livraison très long (6-8 mois).

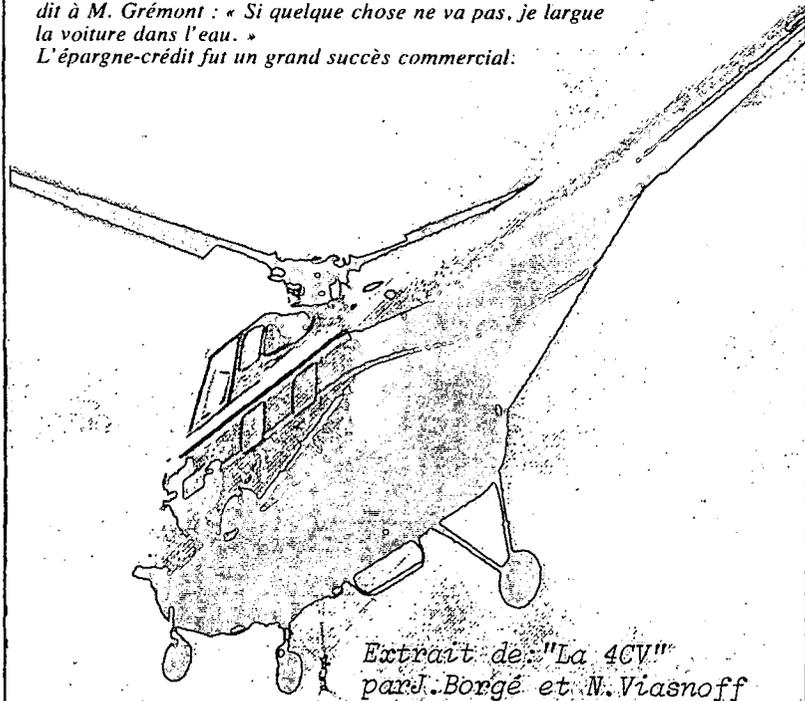
En 1954, le service commercial de la Régie propose une épargne-crédit aux futurs acheteurs.

Huit mois avant de recevoir la voiture, le futur propriétaire verse à la Régie Renault des acomptes produisant 4 % d'intérêts.

M. Grémont, directeur de la publicité, a l'idée de lancer l'épargne-crédit à l'ouverture du salon de 1954. Il décide d'accrocher une « 4 CV-épargne » sous le ventre d'un hélicoptère. Mais l'armée de l'Air refuse de participer à l'opération.

La SABENA qui vient d'ouvrir sa ligne d'hélicoptères Paris-Bruxelles accepte à une seule condition : survoler seulement la Seine. Le pilote dit à M. Grémont : « Si quelque chose ne va pas, je largue la voiture dans l'eau. »

L'épargne-crédit fut un grand succès commercial.



Extrait de "La 4CV" par J. Borgé et N. Viasnoff Paris 1976



Plus que tout autre voiture la 4 CV est auréolée des prestiges de la résistance. Mise au point dans le secret par les ingénieurs résistants, elle a bravé l'interdit et la surveillance de l'occupant. Elle a "résisté" aussi à l'indifférence de Renault qui prévoyait pour l'après-guerre une grosse limousine concurrente de la Traction. Elle a été imposée à la libération par le clan des "planistes", elle a déjoué les cabales qui s'opposaient à sa nationalisation et sa fabrication en série a été facilitée par le Plan Marshall. Elle a même survécu, mais il a "fallu mettre le paquet" aux grèves "insurrectionnelles" de 47 et les cosaques ont oublié de venir la troquer contre leurs chevaux.

La France des années d'après-guerre, qui s'enrhume quand Billancourt tousse, a l'oeil rivé sur cette voiture, du moins peut-on le croire. Concurrément elle est appelée à célébrer les vertus conjuguées des "manches retroussées" chères à Thorez et de l'épargne chère à Pinay.

Pour tout un chacun elle est aussi très chère. L'exportation est, déjà !, un impératif civique lancinant et sur le marché intérieur l'offre sera longtemps très inférieure à la demande. Mais l'espoir luit !

A l'orée des années 60 l'automobile est la métaphore obligée de la fortune. La mode n'est pas encore à l'inversion des signes! Même accueil, même service, même discrétion dit la publicité. Pourtant le Crédit Lyonnais n'a cure de discréditer ses clients par l'étalage des prestiges qui "distinguent" surtout par leur diversité car ce Parking, notons le, est fort peu discret. Et si cette promiscuité est si nécessaire n'est-ce pas que le Crédit Lyonnais tient à s'assurer qu'il ne prête qu'aux riches?

que vous dépensez 10.000 francs
ou 10 MILLIONS au Crédit Lyonnais
1959

même conseil
même service
même discrétion

Il y a plus d'un siècle que Crédit Lyonnais : c'est sûr et il y a prout ça, en grand nombre, des hommes et des femmes qui ont les mêmes traditions, les mêmes croyances que vous.

Comme eux, vous avez besoin d'un service en banque : service sûr, facile, expéditif au Crédit Lyonnais.

Quelle que soit la somme que vous avez épargnée, vous savez aussi et savez de la même manière :

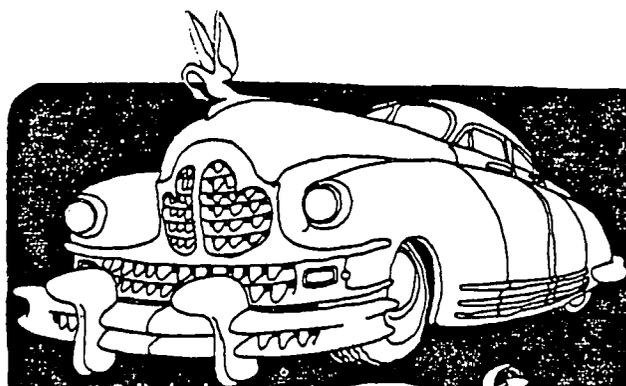
CRÉDIT LYONNAIS

LE "SOURIRE DOLLAR"

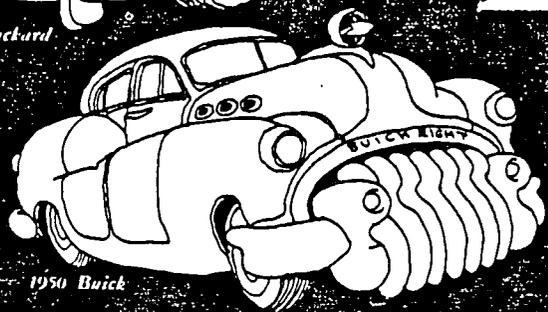
Comme chez les femmes prenant de l'âge, les lignes distinctes disparaissent à mesure que les autos prenaient du poids. Certains classiques, comme la Packard devinrent des interprétations bouffies de leur ancien soi.

Des gabarits bon marchés et des moules à gelée de framboise furent employés pour emboutir de nouveaux modèles bidons qui ne dureraient que quelques années.

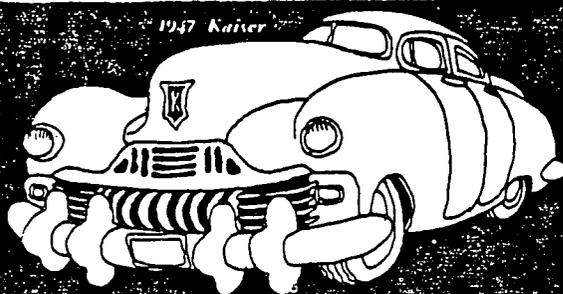
Des expériences sur le dessin des radiateurs aboutirent à ce que les européens appelèrent le "sourire dollar". (1)



1947 Packard



1950 Buick



1947 Kaiser

DOLLAR ET AUTOMOBILE: La Pologne socialiste

"En Pologne, le gouvernement a trouvé un bricolage vraiment étonnant pour combattre le marché noir sur les devises. La répression étant à peu près aussi inefficace que les appels au civisme, ils ont créé un système de comptes bancaires ouverts aux citoyens polonais, libellés en devises. Ce système fait l'objet d'une publicité assez intense : soyez tranquilles ! on ne vous volera pas vos devises, on ne les convertira pas en monnaie polonaise.

En bonne partie ce sont donc les citoyens qui collectent les devises et qui les paient plus cher que ne les paierait la banque nationale. En échange avec ces comptes, les gens qui en ont, peuvent acheter dans des magasins spéciaux où il y a des marchandises importées. Et même, les voitures polonaises, on a le choix de les payer en monnaie nationale et d'attendre plus longtemps ou de les payer en dollars et de les avoir plus vite. " (interview d'un voyageur)

(1) Extrait de "The HEAP years of the auto" de R. Crumb 1946-1959

2. MARCHE AUTOMOBILE: UNE CRISE DU BESOIN ?

Il y a un paradoxe évident à parler de crise de l'automobile, notamment en France, que signale la résistance assez étonnante de son marché malgré une accumulation de facteurs conjoncturels notoirement défavorables à son expansion. Contestation ouverte ou sourde (absentéisme...) du type de travail parcellisé que son industrie a développé au plus haut point. Lutttes urbaines des années 60 et 70 qui ont porté un coup d'arrêt relatif à la priorité de l'adaptation des tissus urbains à l'automobile. Crise majeure de l'approvisionnement énergétique qui lui est lié. Augmentation enfin du prix des véhicules qui progresse depuis 10 ans en francs constants dans des proportions, il est vrai, moindres que son coût d'utilisation.

Nous avons montré dans nos recherches précédentes (1) comment les politiques de sécurité s'étaient appuyées sur une micro-politique de l'angoisse et quel type de gestion du consensus social et des nouveaux modes de légitimation de la puissance publique qui s'y était expérimenté. Dans ce domaine l'action volontariste de l'état a eu une fonction d'anticipation que les constructeurs se sont efforcés de contrer ou d'empêcher alors qu'elle a eu un rôle sans doute non négligeable dans la consolidation de l'espace automobile (par rapport à la montée des contestations de ses nuisances et immobilisations et à la progression très rapide de leurs "coûts sociaux").

Cette opposition lobby-automobile-puissance publique révèle au fond une opposition entre un économisme et un naturalisme assez naïfs des besoins comme fondements du dynamisme du marché (les campagnes de presse disaient essentiellement : vous nous cassez notre baraque, on ne nous achètera plus d'autos) et une gestion étatique qui expérimente chaque jour davantage que la production de la demande sociale est la force productive stratégique dont le "besoin" n'est que le résidu.

(1) Réf. Accident 1 et 2

Jusqu'à la fin des années 60 l'abondance et la croissance ont été au coeur des modèles d'intégration au capitalisme et la force productive essentielle (du point de vue du pouvoir) du consensus social. La crise de 1968 en Occident puis la rupture du statu-quo néo-colonial sur le marché international du pétrole ont quelque peu ruiné ce modèle et réorienté les enjeux. La crise est devenue, depuis, l'objet privilégié du gouvernement des choses et des hommes.

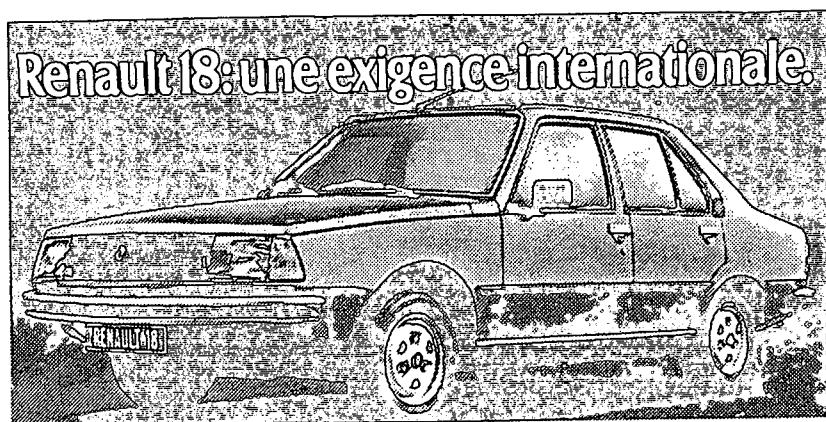
Pour revenir à l'automobile, nous voudrions montrer que le paradoxe du dynamisme du marché et du discours de crise n'est peut-être qu'apparent. De même que la prise de pouvoir volontariste opérée sur les questions de sécurité a mis en crise les équilibres et consensus antérieurs du marché automobile et lui a, d'une certaine manière, sauvé la mise, nous voudrions montrer que la crise aujourd'hui (avec ses aspects réels et idéologiques) a également des effets de stimulation et de remodellement de la demande.

Au niveau macro-économique le discours de guerre (1) que propagent les médias renouvelle d'une certaine manière l'image de dépense ostentatoire, le luxe de la dilapidation prestigieuse, la fascination de la destructivité longtemps liée à l'automobile et singulièrement émoussée depuis une décennie. Mais l'ostentation s'est déplacée du registre des usages de l'objet aux dispositifs stratégiques de la restructuration internationale de son appareil productif.

" Quand j'écoute les informations économiques à la télé sur l'automobile, j'ai toujours l'impression qu'on nous parle comme si nous étions une assemblée générale permanente des actionnaires de Peugeot et Renault et Michelin... Et à la réflexion, c'est vrai que les acheteurs de voitures sont des actionnaires car l'augmentation des prix depuis pas mal de temps sert à financer la guerre économique qu'ils font dans le monde. ... mais nous sommes des actionnaires bidons et sans pouvoirs..."

(1) économique

L'exemple de la Belgique, qui n'a pas d'industrie nationale automobile et où le discours des mass-médias est de ce fait moins orienté vers la guerre économique, est un bon exemple à contrario de l'efficacité de ces dispositifs. C'est en effet un des pays d'Europe où la "percée" de l'industrie automobile japonaise est la plus nette actuellement .



 4 modèles 7 et 9 cv. à partir de 28.900 F.
* Prix clés en main au 13.04.78.

Nier les crises, gérer les conflits à l'aide d'images tour à tour rassurantes et fascinantes sont souvent les ressorts de l'action publicitaire. Ici la crise n'est pas niée. Sous une allure défensive (on a fait ça parce qu'il faut exporter) se cache un message offensif. La charge de provocation d'un luxe contradictoire avec les exigences d'économie et de frugalité partout exaltées est pleinement assumée. La guerre (économique) est désormais au fondement de l'ostentation par quoi les publicitaires croi-

ent pouvoir captiver notre désir. L'année suivante, Renault exploitera avec la campagne "The Car" le succès à l'exportation de la R 5 .

Ce renouvellement des formes de l'ostentation qui dominent le marché de l'automobile a pour contre-partie une micro-politique de l'angoisse qui, dans certains cas, peut réorienter la demande à la fois dans le sens d'une sécurisation imaginaire et d'un défi à la crise:

" Pendant des années et depuis toujours, je me suis dit que l'occase pas chère en matière d'automobile c'était l'optimum qualité-prix. J'ai eu des tas de voitures jamais payées plus de

1.000 francs. Quand elles ne duraient que six mois c'était pas une catastrophe, quand elles tenaient le coup un an c'était le miracle. Bon! c'est sûr que c'était pas toujours des voitures sur lesquelles on pouvait compter. Ça m'est arrivé de partir en voiture et de revenir en stop ou en train. Le mieux pour ce genre de voitures c'étaient les 2 CV et les 4L faciles à bricoler. Et puis c'est vrai que dans les moments de panne ou de rage j'avais des fois la nostalgie, ou plutôt l'envie, d'une bagnole neuve sécurisante, toujours disponible. Tout ce qu'on raconte sur la crise, ça a un peu accentué ce côté là. Je me suis dit: merde! c'est le fin de l'automobile, j'aurai pas connu ça complètement, et, bien que je ne sois pas plus riche qu'hier, je m'en suis payé une neuve.

J'ai pas eu de pot d'ailleurs car elle est tombée en panne au bout de 5 kms. Maintenant je te dirais que je suis guéri, pour la première fois de ma vie j'ai un crédit relativement long sur le dos et je sais que la bagnole sur laquelle tu peux toujours compter, c'est les mensualités que tu comptes. Ça te fiche dans la tête une mentalité pas possible: une fois je me suis aperçu que j'hésitais à prendre le train: merde! Il faut que je l'amortisse! Tu vois les conneries.

Dans ce processus de défi, la crise est vécue dans son aspect de plus grande généralité (c'est à dire en fond de menace mortelle) et l'angoisse qui en résulte occulte les dimensions spécifiques (au plan des usages, de l'espace et de l'économie individuelle) de la crise.

Le renouvellement de la demande par ces formes nouvelles de l'ostentation va d'ailleurs de pair avec une accentuation du calcul économique dont l'usage de l'automobile est l'objet. A ce niveau, la croissance très rapide des coûts d'usage (carburant et réparation) a indéniablement un effet de stimulation de la demande de renouvellement du parc automobile. Voici par exemple ce qu'en dit un garagiste de province :

" Bien qu'on n'arrête pas de parler de crise, c'est vrai que les voitures se vendent toujours bien. Pour les modèles qui marchent le mieux les stocks sont même insuffisants, d'où les délais de livraison pour certaines R5 notamment. Ça décourage même certains acheteurs qui se reportent sur d'autres modèles. J'ai l'impression que la concurrence s'en aperçoit car j'ai vu un spot à la télé pour un modèle concurrent d'un de ceux que je fais et ils insistaient là-dessus: disponible immédiatement.

Par contre, on est encombrés d'occasions qu'on a bien du mal à vendre. Il y a dix ans, je me souviens qu'on n'hésitait pas à reprendre sa voiture à un client qui voulait en changer. Aujourd'hui, il faut calculer plus juste. Je crois que c'est souvent ce marché là qui subit le contre-coup de la crise car je vois pas mal de gens qui se débarrassent de leurs vieilles voitures trop goulues ou trop coûteuses à l'entretien pour des neuves."

Et un automobiliste :

"J'ai changé de voiture récemment car j'avais une vieille Opel Kadet qui marchait encore bien mais qui consommait facilement ses 11-12 litres sur route. Je me suis dit: c'est idiot, il y a maintenant des voitures qui consomment 5 litres de moins, en 100.000 kilomètres, ça fait une économie de 15.000 francs. C'est plus de la moitié du prix. Et je me suis acheté une petite voiture."

Il nous paraît essentiel de remarquer que le renouvellement des formes de l'ostentation et l'accentuation du calcul économique dont l'automobile est l'objet, ne sont qu'en apparence contradictoires. Ostentation et calcul s'appliquent en effet à des segments bien différenciés de l'économie automobile.

Alors que c'est surtout l'usage qui est l'objet du calcul, l'ostentation, dans sa dimension de défi à la crise et de sécurisation, se concentre en effet sur l'aspect le plus immobile de

l'objet "auto" c'est à dire le capital "fixe" qu'il incorpore à l'économie individuelle.

" Il y a un type qui habite en face de chez moi, il a une bagnole qu'il surveille de sa fenêtre toute la journée. Il doit être au chômage car je le vois tous les jours. Son logement à l'air vraiment miteux et, à longueur de journées, il file des raclées à ses gosses. Sa voiture par contre est rutilante mais je ne l'ai jamais vu rouler et elle est toujours garée exactement au même endroit dans la rue. Des fois, quand un passant la touche ou même l'effleure, je le vois descendre l'astiquer un coup... puis il reprend sa surveillance depuis la fenêtre."

En ce sens, et par rapport à la vocation de "mobilité" plus ou moins affirmée de l'auto-mobile, cette stimulation de la demande de renouvellement du parc automobile du fait de la crise s'apparente sans doute pour partie à un stockage (et donc encore à une "immobilisation") par les particuliers.

" Je connais des gens qui stockent de l'essence. L'autre jour, j'ai été voir un retraité, un ancien gendarme, dont je savais qu'il a une maison vide. Il me fait visiter puis il me dit: "non, je ne veux que louer l'été" . J'essaie d'argumenter et à la fin il m'a montré pourquoi, avec un sourire de type qui fait une bonne affaire. C'était pas possible de chauffer la maison car la cuve à fuel était pleine d'essence. Je savais qu'il était assez maniaque mais j'étais sidéré."

D'évidence cet exemple nous confronte à une caricature du genre de libido dont l'orchestration de la crise suscite l'émergence. N'empêche que dans ce contexte, la mobilité semble de plus en plus faire figure d' "accessoire" à la voiture.

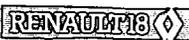
" Je me suis acheté une voiture neuve parce que j'avais envie d'un appareil à cassettes stéréo et sur les vieilles

voitures bruyantes que j'ai toujours eu c'était guère faisable. Je ne roule pas énormément, le prix de l'essence ça ne m'inquiète pas tellement, l'auto, quand tu y es bien, c'est un extraordinaire moyen d'être seul et, quelquefois, quand j'écoute un truc qui me plaît, j'ai envie que l'embouteillage dure, qu'on ne m'oblige pas à redémarrer... Si c'est la guerre j'irai sûrement pas m'enterrer dans un abri, je grimperai sur la falaise avec ma bagnole et, face au soleil sur la mer, j'écouterai de la musique, c'est un bel endroit pour attendre la fin du monde."

Le rapport pathétique et crépusculaire qui tend alors à s'instaurer avec l'objet recèle sans doute, à long terme, des risques plus ou moins suicidaires quant au dynamisme du marché. C'est un problème que la publicité automobile semble aujourd'hui affronter ouvertement:



Renault 18 GTS moteur 1647 cm³ 9 CV (norme) boîte mécanique à vitesse. Le luxe à tout temps. Essais chez votre concessionnaire. Renault est un constructeur européen de renommée mondiale. Les points de vente de Renault sont répartis dans tous les pays.



Il y a quelques années, la publicité nous abreuvait d'images et de promesses quelque peu lénifiantes de bonheur. Le "flou" était alors son style obligé. Aujourd'hui, la netteté des lignes, le charme assez raide des chromes et des noirs laqués composent une image certes plus crépusculaire: presque un corbillard. L'automobile semble s'envelopper de ce "no future" qui est la forme la plus sophistiquée de la frénésie de l'époque. Le classicisme fonctionne sans doute comme alibi: à la fois évacuer ce que ce "no future" recèle de trop violent et en même temps garantie d'éternité. Une toute petite mort donc qui prépare, sans doute pour demain, une petite résurrection. A la vérité, il semble que l'automobile soit entrée en religion: en nous chantant "mort et résurrection" elle n'en finit pas de nous promettre l'éternité. Chic ? Chiqué ?

Nous avons donc noté la coexistence d'une valeur patrimoniale de l'automobile, qui reste investie de formes renouvelées de dépense ostentatoire, et d'une valeur d'usage qui fait l'objet d'une appréciation de plus en plus "mesurée" et problématique tant il est vrai qu'aujourd'hui "... Circuler ce n'est plus que choisir entre plusieurs inconvénients..." et que "... Les transports le savent bien qui ne cessent de se concurrencer en se servant de repoussoir les uns aux autres (le train déprécie la voiture comme dans les publicités de la SNCF) puisque, désormais, comme le capital, ils vivent de leur crise." (1)

Compte tenu de ces facteurs et si on fait un peu de prospective sur cette crise deux hypothèses semblent assez vraisemblables:

La première c'est que la conjonction d'un calcul (et d'une comparaison) plus réaliste du coût des usages de l'automobile et du relatif désinvestissement de ces usages (beaucoup d'automobilistes se sentent ou sont objectivement "captifs" du marché du transport automobile) va rendre de plus en plus intolérable la pression fiscale dont l'automobile et plus particulièrement la mobilité automobile est l'objet:

" J'ai fait le calcul suivant (après avoir changé de voiture) : la voiture m'a coûté environ 3 millions dont environ 8.000 francs de T.V.A . Si je compte un amortissement en 4 ans, ça fait 2.000 francs d'impôt par an. Je roule environ 20.000 kilomètres par an, à 7 litres au cent ça me coûte plus de 4.500 francs d'essence dont au moins les 2/3 sont des taxes, soit au bas mot, 3.000 francs. Ce qui fait au total, sans compter la vignette et les taxes sur tous les côtés, 5.000 francs d'impôts par an rien que sur l'automobile. Eh bien! C'est 1.000 francs de plus que ce que je paie d'impôts sur le revenu. Celui-là encore il tient compte que j'ai des enfants et il est progressif alors que les taxes sur l'automobile, un célibataire qui a moins besoin d'une voiture que moi ou un richard paient ni plus ni moins que moi, c'est dégueulasse!"

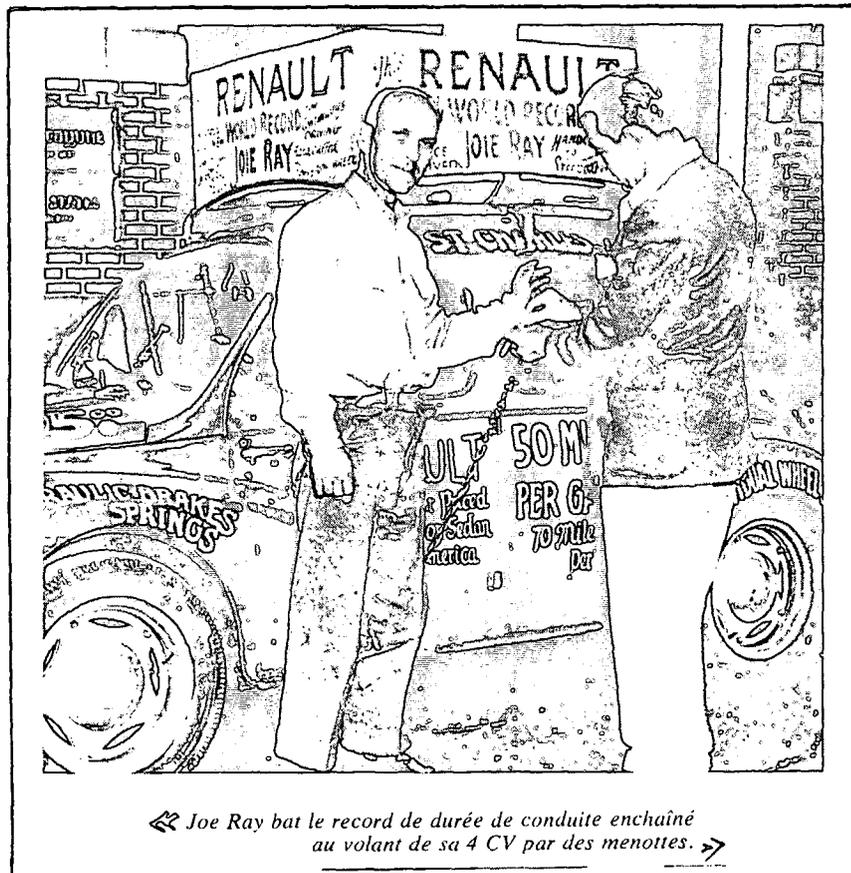
(1) " Au coin de la rue, l'aventure" P. Bruckner et A. Finkielkraut p. 152 , Paris 1979

La seconde hypothèse c'est qu'en même temps qu'elle stimule une certaine émulation dans la "débrouille" individuelle ou collective dans le domaine du déplacement, la crise rend de plus en plus intolérable (en même temps qu'elle les accroît) les inégalités qui caractérisent le marché du déplacement. Notamment dans le domaine le plus banal des déplacements domicile-travail:

" Quand tu habites une banlieue mal desservie, comme ici, tu es un peu condamné à l'automobile. Moi qui travaille à Versailles il faudrait que je passe par Paris, ça me prendrait un temps fou. Il y a une inégalité flagrante à ce niveau là entre les gens.

Ceux qui sont bien desservis, avec la carte orange, une bonne partie de leurs frais est prise en charge par la collectivité. Pour nous, c'est plutôt le contraire... le crédit le plus cher, les impôts maximum.... C'est de plus en plus insupportable avec le coût de l'essence... Je m'arrange avec un couple de collègues qui sont aussi des amis. Ils sont venus habiter à côté parce que je leur ai fait connaître le coin... On fait les trajets avec une seule voiture et c'est plus supportable."

(Un habitant de la Banlieue Sud)



CHAPITRE II

LES ENJEUX DE POUVOIR DE L'AUTOMOBILISATION

1. Fascisme, populisme et automobilisation
2. Mythologie automobile et discours militaire



1. FASCISME, POPULISME ET AUTOMOBILISATION

Historiquement il paraît indéniable qu'en Europe, l'automobile élargit son espace dans la mouvance idéologique du fascisme. Alors qu'en France, par exemple, le développement du réseau routier accompagne avec retard plus qu'il ne précède le développement de l'automobile, en Allemagne et en Italie, le démarrage de vastes programmes autoroutiers se fait dès les années 30 (1). Dans son discours au salon de l'auto de Berlin, en 1933, Hitler déclare :

"Comme jadis la voiture à cheval s'est donnée sa route et la locomotive sa voie ferrée, l'automobile doit recevoir les routes nécessaires à son développement. Si jusqu'ici on évalue la culture d'un peuple par le nombre de kilomètres de ses chemins de fer, l'avenir portera cette même évaluation sur la longueur de ses autoroutes... l'ordre, la discipline sont inséparables de la conception de l'autoroute. "

Dans le même temps, des programmes de voitures " populaires " (Volkswagen et Topolino de Fiat) sont mis en chantier:

" Tout en mettant sur pied son programme national de motorisation, appuyé sur son vaste plan d'autoroutes étendant leur quadrillage sur toute l'Allemagne, Adolf Hitler se préoccupa de doter le peuple allemand d'une voiture conçue pour lui, le véhicule que chaque travailleur national-socialiste pourrait acquérir. Pour être réellement la " Volkswagen " (voiture du peuple) souhaitée, une étude entièrement nouvelle s'imposait : il fallait conjuguer un bas prix d'achat avec une bonne performance réalisable sur les " Autobahn ", un coût d'entretien minime avec une grande longévité. Aussi, Hitler fit-il appeler son compatriote autrichien Ferdinand Porsche, pour lui confier la mission de créer la voiture idéale.

Attaquée en 1934, l'étude aboutit au prototype quasi définitif

(1) En 1939, 3.000 kms d'autoroutes sont déjà construits en Allemagne

en 1936, date à laquelle on commença à parler de la voiture "K d F", du nom de l'organisation "Kraft durch Freude" (force par la joie) chargée de la distribution de la voiture nationale.

Nous verrons plus loin ce qu'il advint du projet en 1938 et 1939 (1) ... " (2)

Dans le même temps, l'industrie automobile française reste essentiellement orientée vers des modèles "cossus" et une clientèle de notables ruraux et semi-ruraux . L'industrie chimique allemande se dote également très tôt d'unités de production de carburants de synthèse susceptibles, dans une perspective autarcique et stratégique, de l'affranchir de la dépendance énergétique avec le monde extérieur.

Les choix et les implications stratégiques qui sous-tendent ces différenciations sont assez évidents. D'une part, des systèmes politiques orientés vers la conquête, l'offensive ("l'espace vital"), la mobilisation des masses et de l'économie (grands travaux), qui vectorisent l'espace vers leurs frontières (l'autoroute est un moyen de se porter rapidement aux frontières et de changer rapidement le front), qui se confortent d'une guerre intérieure raciale matrice d'un "homme nouveau" et d'une libido de l'encercllement (les autoroutes étendent aussi " leur quadrillage sur toute l'Allemagne"). De l'autre, des systèmes attachés à la conservation d'espaces considérables (les empires coloniaux de la France et de l'Angleterre par exemple), qui hésitent dans des stratégies d'encercllements et d'alliances multiples, qui sont fondamentalement orientés vers les status-quo, la défensive. Dans ce contexte, la ligne Maginot est le pendant de l'autoroute allemande, elle aussi "ordonne" et "discipline" l'espace mais dans une perspective stratégique très différente.

En France le Front Populaire tente, dans une perspective de plein emploi, de prestige et d'offensive culturelle (3) (l'exposition

(1) Ils seront vite reconvertis en productions de guerre.

(2) Histoire mondiale de l'automobile, op. cité , pp. 334, 335.

(3) Le palais de Chaillot comme objet architectural rivalise sans se distinguer vraiment du monumentalisme écrasant qui sévit alors en Allemagne, en Italie et en URSS . La distinction s'opère par les maximes humanistes et universalistes de Valéry qui s'inscrivent en lettres d'or à son fronton et par son contenu (le musée de l'homme qui voisine d'ailleurs avec celui de la marine).

de 1937), une politique de grands travaux symétrique de celle de l'Allemagne. Raymond Abelio qui fut un des protagonistes de cette politique a montré comment elle fut sabordée par le clientélisme étroit de la classe politique et une politique monétariste (déflationniste) à courte vue.

" En ce début d'octobre, l'emballement euphorique des premiers jours avait cependant fait place, au service des Grands Travaux, à un énervement que Roger Renault et René Capitant, tous deux impatients par nature et peu disposés à ronger leur frein, n'étaient nullement désireux de dissimuler. Tous les textes permettant d'entreprendre l'exécution du Plan avaient été rédigés, approuvés, publiés. Ce qui manquait, c'étaient les projets et l'argent. ... Vers le milieu du mois de décembre, alors que j'abandonnais mon poste de chargé de mission à l'Economie nationale pour me replier sur le service des Grands Travaux, Renault fut informé que le ministère des Finances, sur un rapport de Jacques Rueff, avait attribué ses dix milliards disponibles au Crédit foncier pour permettre à ce dernier organisme d'alléger la charge de certains emprunts communaux concernant des travaux déjà faits." (1)

Il est également remarquable, pour cette période, que les conceptions stratégiques et organisationnelles de l'armée et de l'Etat, leurs capacités d'innovation, semblent accuser un retard considérable sur les virtualités "mobilisatrices" de la société civile. C'est du moins ce que donne à penser l'expérience militante que narre le même René Abelio:

" Un petit nombre de camelots du roi, déçus par l'échec du 6 février, entreprenaient la création de l'O.S.A.R.N. (Organisation secrète d'Action révolutionnaire nationale) plus connue sous le nom de "Cagoule". Formés en organisation paramilitaire, les Croix-de-Feu, qui n'allaient pas tarder à se compter 300.000, s'exerçaient à de grands rassemblements "motorisés" qui mettaient soudain en alerte tout un département, une région. Socialistes et communistes créèrent alors dans

(1) Raymond Abelio: " Les militants ", p. 264, 271 , Paris 1975

la Drôme un comité de défense antifasciste dont la direction me revint, et qui fut très vite capable, en réponse à ces rassemblements, d'alerter lui-même par téléphone, de mobiliser et de rassembler n'importe où, dans les deux heures, un nombre suffisant de militants, également motorisés, pour aller affronter les Croix-de-Feu sur leur terrain. " (1)

Mais pour revenir à la question du clientélisme, nous voudrions montrer qu'elle a d'autres implications essentielles. En marge de ses implications stratégique-militaires, l'accélération des processus d'automobilisation semble, en effet, avoir été souvent adjacente d'un bouleversement du statu-quo de la société civile, à la fois au plan social et spatial, au profit d'un consensus étatique et supérieurement déterritorialisé.

Ainsi du retard autoroutier français: par rapport à la politique autoroutière du fascisme, n'est-il pas à lire aussi comme une résistance à la déterritorialisation de ses intérêts d'une classe dont le pouvoir politico économique reste longtemps fondé sur un clientélisme local (d'où l'importance de la vicinalité et des débats de partage de compétences - réseau national, départemental et communal - dans sa stratégie d'équipements) et la mobilisation des ressources d'un empire colonial très vaste . (2)

Ainsi des rapports du populisme et de l'élargissement du marché de l'automobile : en Allemagne nazie, la motorisation de masse (l'automobile "populaire") a pour objectif assez clair l'élargissement de la base sociale du pouvoir, la conquête d'une petite bourgeoisie militante.

Bien que souvent absents des contenus programmatiques des partis, la technologie et les équipements de transports, les modalités du déplacement, ne sont pas étrangers aux enjeux sociaux du pouvoir comme aux différenciations de ce que les sociologues de l'école de P. Bourdieu appellent l' "éthos" de classe.

Écoutons, par exemple, ce qu'en dit un ouvrier de la région parisienne qui a eu 20 ans en 1936:

(1) Raymond Abelio: " Les militants " , p. 236, 237, Paris 1975.

(2) Entre les deux guerres, la publicité automobile utilise abondamment les " grands raids " outre-mer: la croisière jaune puis les raids en Afrique.

" Pour moi les grands travaux, les autoroutes en Italie et en Allemagne c'était un peu le travail forcé, ça faisait pas envie. Les ouvriers qui avaient des autos c'était bien rare, on avait des motos et on prenait le train... Les congés payés ça a été une ruée sur les gares ... La bagnole c'était encore un truc de bourgeois... Le personnage du cheminot, par exemple, c'était plus populaire que le chauffeur du maître, c'était plus collectif, plus proche du boulot, des copains, c'était notre monde quoi ... J'avais un frère qui était chauffeur dans une grande maison ... Je ne sais pas c'était quelqu'un qu'on regardait un peu comme les garde-chasses dans les villages en Sologne ... Quelqu'un qui est de l'autre côté de la barrière ... l'uniforme d'abord et qu'il vivait avec ses patrons, qu'il les singeait un peu ... C'étaient des types qui plaisaient aux dames, ça les impressionnait la mécanique ... des bons ouvriers que disaient les bourgeois, pas la racaille comme nous. "

Le déclin relatif du chemin de fer par rapport au camionnage qui va conquérir un créneau de plus en plus important du marché du transport n'est peut-être pas à apprécier seulement en terme de rationalité économique. Une rationalité sociale différente se met en place qui s'oppose à l'organisation collective complexe des chemins de fer avec leur culture propre et leur syndicalisation importante.

Le cinéma américain des années 40 ("Key Largo", "Une femme dangereuse", par exemple) est riche de personnages de camionneurs qui se tuent au travail avec l'espoir au bout du tunnel de devenir leurs " propres patrons " en s'achetant un camion.

Cette rationalité sociale semble s'être développée en France de façon assez considérable depuis les années 50-60 . Le poids important, dans l'économie semi-rurale des petites et moyennes entreprises de camionnage (conjointement avec celle de travaux publics) amène à risquer l'hypothèse de savoir si, du point de vue d'un pouvoir qui cherchait à élargir sa base sociale et conjointement à une offensive idéologique assez nettement populiste, n'a pas été encouragé, à travers les choix de moyens de transport, l'élargissement d'une base militante

et d'un type de consensus plus facile à gérer que les anciens équilibres. (1)

Il paraît en tous cas indéniable qu'à cette occasion, le milieu rural a récupéré une part assez importante de l'activité de "roulage", captée par le chemin de fer, mais qui fut auparavant une activité complémentaire et traditionnelle du monde rural.

(1) On sait aussi le rôle qu'ont joué, au Chili, les syndicats de camionneurs (soutenus par leurs homologues américains) dans la stratégie de tension préparatoire au putsch de 1973. Le développement d'une industrie du transport (y compris le transport urbain des personnes) fondé sur de petites (souvent familiales) et moyennes entreprises y avait été, auparavant, fortement encouragé par la Démocratie Chrétienne.

Ces deux affiches contemporaines de la période nazie rattachent clairement la compétition automobile à l'univers de spartakiades fortement militarisées.

Aucune trace de joie ou de jeu sur le visage de ce vainqueur mais au contraire un pathos brutal : la marque de l'effort et un cri de haine qui accompagnent la tension extrême d'un geste d'allure guerrière (le drapeau agité).

Quant à la seconde affiche, elle semble préfigurer l'élan des divisions blindées. Tous les moyens graphiques y sont métaphores de puissance et de conquête: raidleur du fond architectural, réduction de la terre à la dimension d'enjeu et d'espace de la compétition, dilatation menaçante de l'avant des bolidés, effacement des conducteurs dont les visages sont masqués.

D'évidence, c'est déjà d'une propagande de guerre dont il s'agit. La compétition a l'allure d'une répétition générale dont " l'auto-mobilisée " sera le vecteur stratégique.

" En 1933, il devint évident que le gouvernement national-socialiste portait un grand intérêt aux compétitions automobiles internationales. Adolf Hitler, lui-même, fut l'un des ardents partisans de cette forme de sport, dans laquelle il voyait un moyen de propagande et de prestige national.

Indépendamment du prix en espèces (équivalent à 40 millions de nos jours), offert au constructeur allemand ayant remporté le plus de succès en course pendant la saison 1934, il semble que le gouvernement de Hitler n'ait jamais financé directement les deux firmes Baimler-Benz et le groupe auto-Union . Mais, le gouvernement allemand admit que les investissements et dépenses engagés par ces firmes pour leurs budgets de course figurassent dans les dépenses normales d'exploitation et on pouvait les ventiler sur les commandes-programmes de matériel militaire . " (1)



17. FEBRUAR BIS 5. MÄRZ

INTERNATIONALE AUTOMOBIL UND MOTORRAD-AUSSTELLUNG BERLIN 1939

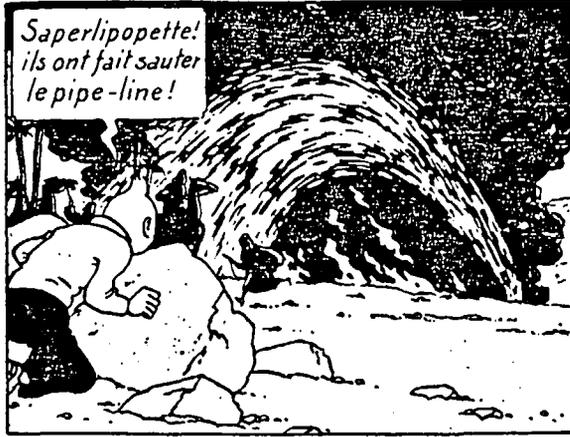
Auf Sonntagsrückfahrkarte

MIT 33% ERMÄSSIGUNG

Die Fahrt nach Berlin bis Köln	Die Fahrt nach Berlin bis München
1. von Bonn nach Köln, 0,12	1. von Köln nach Berlin, 0,12
2. von Bonn nach Köln, 0,12	2. von Köln nach Berlin, 0,12
3. von Bonn nach Köln, 0,12	3. von Köln nach Berlin, 0,12
4. von Bonn nach Köln, 0,12	4. von Köln nach Berlin, 0,12

DEUTSCHE REICHSBAHN • REICHSBAHN-DIREKTION BERLIN

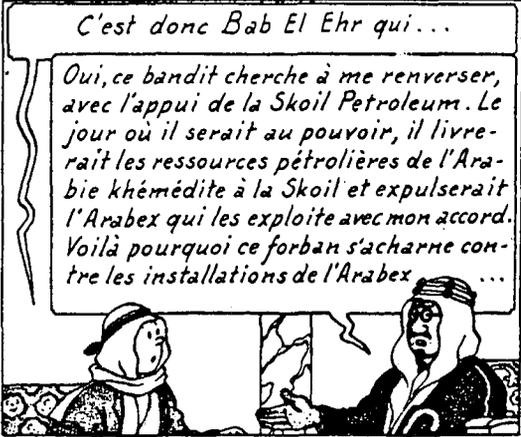
(1) Histoire mondiale de l'automobile, op. cité , p. 352



Saperlipopette!
ils ont fait sauter
le pipe-line!

EXTRAITS DE
"TINTIN AU PAYS DE
L'OR NOIR" (1)

(1) Hergé, Casterman 1959



C'est donc Bab El Ehr qui...

Oui, ce bandit cherche à me renverser,
avec l'appui de la Skoil Petroleum. Le
jour où il serait au pouvoir, il livre-
rait les ressources pétrolières de l'Ara-
bie khémédite à la Skoil et expulserait
l'Arabex qui les exploite avec mon accord.
Voilà pourquoi ce forban s'acharne con-
tre les installations de l'Arabex...



Le lendemain matin...

Alors, Mohammed Ben Kalish Ezab,
ce contrat, tu le signes?

Non.



A ton aise, puissant émir...
J'espère que tu n'auras pas à
le regretter un jour...

Dois-je consi-
dérer ces pa-
roles comme
une menace?



Müller, Altesse, est entre les mains de
la police, et je lui ai donné ma pa-
role qu'il serait jugé régulièrement.

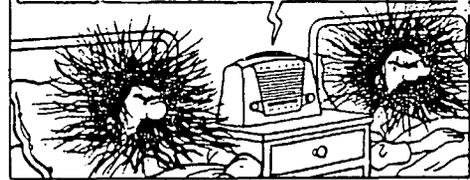
Par Allah! que vous êtes com-
pliqués, vous autres Occi-
dentaux!... Nous sommes
plus expéditifs, nous!...



C'est d'ailleurs un procès qui fera du bruit...
Voici des papiers que j'ai trouvés sur lui: ils
établissent que Müller était l'agent secret
d'une grande puissance étrangère... En cas de
conflit, il avait pour mission de s'emparer,
avec ses hommes de main, de puits de pétro-
le, ce qui explique le véritable arsenal qu'on a
découvert chez lui... Et il manœuvrait déjà pour
déloger l'Arabex au profit de la Skoil.

Le marché automobile s'est développé en contre-
dépendance d'un espace néo-colonial dont un des en-
jeux essentiels étaient (et demeure) la maîtrise des
sources énergétiques qui lui sont vitales. Malgré la
dramatisation récente dont elle fait l'objet, la cri-
se qui s'y manifeste n'est pas nouvelle. Elle hantait
déjà les histoires qu'on donnait à lire, dans les an-
nées 50, aux petits enfants. S'y devine peut-être
pourquoi, les deux Duponts, inadaptés chroniques au
monde de l'automobile, ne comprennent jamais rien à
l'histoire et qu'elle ne les fait pas rire.

"En cas de guerre, les agents secrets de
cette puissance devaient ainsi rendre
inutilisables les réserves de carburant
des adversaires. L'épidémie d'explosions de moteurs, constatée ces temps
derniers, constituait en quelque sorte une
répétition générale, sur une échelle ré-
duite, de cette nouvelle tactique. C'est
grâce au célèbre reporter Tintin que le
secret du N.14 a été découvert..."



2. MYTHOLOGIE AUTOMOBILE ET DISCOURS MILITAIRE

LA PETITE AUTO

Le 31 du mois d'août 1914
Je partis de Deauville un peu avant minuit
Dans la petite auto de Rouveyre

...

Avec son chauffeur nous étions trois

...

Je n'oublierai jamais de voyage nocturne où nul de nous ne dit un mot

O dé part ombre où mouraient nos 3 phares
 O nuit tendre d'avant la guerre
 O vil lages où se faisaient

MARECHAUX-FERRANTS RAPPELES

ENTRE MINUIT ET UNE HEURE DU MATIN

LISIEUX
 la terre
 b l o u

ou bien

O r d e
 O r d e
 O r d e

Je 3 fois nous nous apprêtâmes pour changer un pneu qui avait éclaté

...

Et quand après avoir passé l'après-midi
Par Fontainebleau
Nous arrivâmes à Paris
Au moment où l'on affichait la mobilisation
Nous comprîmes mon camarade et moi
Que la petite auto nous avait conduits dans une époque
Nouvelle
Et bien qu'étant déjà tous deux des hommes mûrs
Nous venions cependant de naître

Guillaume APOLLINAIRE
«Calligrammes»
Ed. Gallimard, 1918

En 1963, R. Barthes écrit à propos de l'automobile (1):
"Aucun objet ne peut signifier (collectivement) s'il ne comporte
au moins deux sens (on dira ici deux thèmes) opposés l'un à l'autre.
C'est dans la mesure où la représentation en reste articulée

(1) in "La voiture projection de l'Ego" op. cité

que l'automobile française est encore un objet mythique."

Dans deux textes d'allure futuriste, l'un de 1905 (1), l'autre de 1974 (2), nous voudrions tenter de composer l'articulation de ces thèmes qui relient la mythologie automobile à la "chose militaire", ces deux textes ayant en commun d'illustrer le thème de la "guerre future" dans son rapport à l'automobile.

En 1905, cette articulation est simple, elle oppose dans l'automobile à usage militaire une fonction presque domestique (l'intendance) à une fonction stratégique (offensive). Dans ce texte dont l'objet est de décrire l'avenir radieux de l'automobile à un horizon de 20 années, les mérites domestiques de l'auto-"mobilisée" dont De Dion vante les charmes, a pour objectif évident de séduire. Séduire la troupe d'abord:

" En arrivant à l'étape, le soldat trouve sa soupe chaude. Il n'est plus besoin comme autrefois qu'il la fasse lui-même dans la marmite qu'il portait sur son sac. En effet, chaque compagnie comme chaque batterie d'artillerie, du reste, a sa cuisine roulante automobile, qui a pu trouver en route le boeuf et les légumes nécessaires pour préparer, tout en roulant, le bon pot-au-feu qui fera oublier sa fatigue au soldat, au combattant. Ne riez pas! Il a été prouvé que cette question, suivant qu'elle était bien résolue ou non, pouvait influencer sur le résultat des opérations en temps de guerre."

Séduire les officiers ensuite:

" Enfin ceux de nos officiers qui sont chargés de diriger et de coordonner tous les mouvements de ces troupes, ont eux aussi, grâce au moteur, une mobilité d'action qui leur permet d'être partout à la fois, de surveiller par eux-mêmes les points sensibles, d'aller en un clin d'oeil là où leur présence est nécessaire. Ils ont à leur disposition les meilleures voitures réquisitionnées au premier jour de la mobilisation; ils sont conduits par les plus fameux champions des grands concours d'endurance et de touris-

(1) "L'automobile Reine du Monde" par De Dion Bouton in "je sais tout" 2ème année, 1er semestre, p.217 et suiv.

(2) Il s'agit d'une bande dessinée:"Les Mange Bitume" J. Lob et J. Bielsa Paris 1974

me, ceux-là mêmes qui autrefois triomphaient dans les défuntes coupes Gordon Bennett."

A ce thème domestique et confortable s'oppose donc une vision plus offensive de l'avenir de l'automobile aux armées . Il est remarquable que, dans l'évocation de ce thème, De Dion Bouton, en bon publicitaire et pour mobiliser l'émotion de façon plus efficace, connote sa narration d'un plus grand réalisme en parlant, dès lors, au passé d'anticipation. (1)

" Deux ou trois fois déjà, depuis dix ans , des expériences de mobilisation ont eu lieu. Et les automobiles de nos grands constructeurs, et même des particuliers, réquisitionnés comme jadis pouvaient l'être des chevaux, ont massé en quelques heures à la frontière, tout un corps puissant, et par le nombre et par la rapidité de ses évolutions. Je me souviens qu'en 1905, un journal illustré s'était plu à imaginer ce que serait une mobilisation future. Et il me représentait, dans la grande cour de mon usine, entouré d'officiers prêts à partir dans les quelques cents voitures que je mettais à la disposition de l'armée française. Mes chefs de service, mes meilleures mécaniciens avaient sur la photographie "truquée" qui représentait cette scène, endossé l'uniforme et coiffé le képi."

Et certes, c'est peu dire que cette utopie guerrière va se vérifier à grande échelle:

"... 7 septembre 1914: le tragique de la situation n'échappe pas au général Gallieni, qui pense, avec raison, qu'une attaque de flanc, menée à allure foudroyante, disloquerait la ligne ennemie, couperait ses antennes vers Paris et vraisemblablement clouerait les Allemands pour quelques temps. Pendant ce temps le général Manoury rassemble ses réservistes cantonnés à Paris et les amène sur place à l'aide de 1.000 fiacres automobiles. L'armada de vieux "2pattes" Renault, des 2 cylindres AG 80 120 de 1910-1912 (des G 7 rouges et quelques G 3 verts)

(1) Il imagine l'évolution qu'il pourra décrire 20 années plus tard, en 1925, et parle comme s'il était déjà à cet horizon.

remplit parfaitement sa mission. Cette opération absolument unique créa un décalage dans les plans ennemis: l'effet de surprise fut total; les Allemands surestimèrent même cette riposte: ils stoppèrent et décrochèrent..." (1)

"Après quelques semaines de campagne, la pénurie des dotations françaises en munitions, l'insuffisance des cadences de production des arsenaux, ateliers de construction et usines requises apparaissent dans toute leur étendue.

Fort heureusement l'industrie automobile est là, jeune, vivante, à l'image même de l'esprit nouveau qu'il faut inculquer aux arsenaux. Le ministre de la Guerre s'en rend compte et fait appel au plus important des constructeurs: Louis Renault.

... Cette collaboration, unique dans l'histoire, amène des résultats surprenants. Moins de quarante-cinq jours la réunion préliminaire, une partie de l'industrie automobile a été convertie pour la fabrication des obus explosifs, suivant le système Renault. Dès le 15 septembre, les usines sortent près de 10.000 obus par jour, dont 6.000 des usines Renault.

Grâce à l'industrie automobile, la production d'obus peut atteindre plus de 2.100.000 obus au cours du mois de février 1915. ..." (1)

"... Citroën, comme Renault, a vécu la pénurie d'obus en ce début de guerre. Convaincu de la valeur de la fabrication mécanisée en série énorme, selon les principes étudiés par l'Américain Taylor et déjà adoptés avec plein succès par Henry Ford, Citroën voit la possibilité d'application dans la fabrication de projectiles. ..." (1)

"... Les constructeurs d'automobiles eux-mêmes adoptèrent à leur tour certains principes de la fabrication Citroën. "Aujourd'hui, nous devons nous équiper à l'image de javel, la victoire de la France l'exige; mais, demain, la paix étant revenue, c'est sur un même rythme que nous devons produire nos moteurs et nos voitures... Sinon, nous disparaîtrons!" disaient certains d'entre eux ..." (1)

Ce que ne devine pas De Dion Bouton, c'est que la guerre qui vient et la mobilisation de masse de l'économie qu'elle va imposer vont, en retour d'un surcroît de "mobilité", transformer radicalement l'appareil de production automobile et son marché (introduction du taylorisme et des chaînes de montage imitées de Ford) et que c'est bientôt la mobilisation de masse qui fera figure de répétition générale de l'automobilisation (et non l'inverse).

(1) J. Rousseau et M. Iatca : "Histoire mondiale de l'automobile" Paris 1958, pp. 174, 176, 177, 178.

En corollaire, De Dion Bouton ne peut deviner non plus que l'automobile militaire n'est pas encore maîtresse des concepts stratégiques qui lui donneront une réelle capacité offensive (mais cela viendra!).(1). A défaut de la "décision" ce que va assurer l'automobile, durant la période décrite par D.D.B, c'est essentiellement l'intendance de la plus grande guerre défensive et d'extermination que l'humanité ait jamais connue (fantassins, artillerie et mobilisation de l'arrière en seront les vecteurs essentiels).

" J'ai été mobilisé dans le Génie... J'étais à Verdun sur la voie sacrée... sous les bombardements incessants, nous devions assurer le passage des camions.... Dire que c'était affreux, ah,oui! Ca l'était... c'était un convoi immense sans cesse interrompu, sans cesse reparti ... Si on ne travaillait pas assez vite les officiers menaçaient de nous faire fusiller ... le défaitisme révolutionnaire commençait à nous gagner ... Moi qui avais travaillé dans l'automobile avec l'enthousiasme des pionniers, je comprenais que cette noria de camions munitionnaires, c'était ce qui alimentait l'affreuse boucherie ... et que de l'autre côté, ça devait être pareil ...C'était affreux! ... Quand je suis revenu du front la désillusion a continué l'usine aussi avait changé,c'en était fini du compagnonnage.. l'usine aussi était devenue une tranchée. ..." (2)

L'auto-mobilisée comme force matérielle, donc, mais aussi comme puissance métaphorique:

" L'automobile ne fait pas seulement don de l'expérience de ses techniciens du moteur de compétition: elle donne aussi des grands pilotes.

Au printemps 1916, Georges Boillot, devenu pilote de chasse, est abattu en combat et s'écrase sur une colline. Peut-être en cet ultime moment a-t-il songé au combat pacifique, livré deux ans

(1) Et à ce niveau, De Dion Bouton, dans sa fiction, paraît très en avance sur l'Etat Major.

(2) Extrait d'une interview d'un chauffeur de taxi à la retraite.

plus tôt, sur le circuit de Lyon ! " (1)

Mais l'éloquence de De Dion Bouton a encore l'innocence relative du discours publicitaire. Car c'est une constante de "longue durée" de la publicité automobile qu'elle n'aura guère de cesse, pendant près de 70 ans, d'utiliser comme ressort de fascination inconsciente des images de dépense ostentatoire et de consommation destructive.

" Mais il n'y a pas qu'à s'occuper de la route et des spectateurs, il faut penser aux habitants des villages voisins, qui vont pendant des semaines ne plus pouvoir rêver aux corneilles sur le pas des portes sans risquer d'être renversés par une voiture en vitesse. Les troupeaux de moutons ou les vaches vagabondes n'ont plus le loisir de garder les routes à eux seuls. Et persuader les paysans d'avoir quelque déférence pour les sauvages qui les inondent de poussière, troublent leurs habitudes et massacrent leurs poules et leurs chiens, n'est pas une petite affaire. Les automobilistes locaux vont de village en village, s'entendent avec les maires, font des conférences avec des projections cinématographiques, montrent des voitures en pleine allure. En piquant leur curiosité, en leur prouvant qu'ils n'ont rien à perdre et pas mal à gagner de la venue des rapides autos, peu à peu, les paysans se laissent convaincre ." (2)

A la question: "Qu'est-ce que l'amour de la vitesse?", Breton et Perret répondent en 1928 (dans un "cadavre exquis") : "c'est le viol." . Ce discours de la violence et de la guerre ("civilisé" parfois il est vrai) qui va marquer durablement les mentalités en adjacence à la publicité et à la diffusion de masse de l'automobile, il faut en interroger le succès et l'efficacité. Il nous paraît que trop souvent ce discours est interprété comme un leurre ou une ruse. La mythologie sportive, le culte de l'agressivité et de la concurrence forcenée serviraient de miroir aux alouettes d'un commerce empressé à promouvoir "en fait" des usages casaniers et pacifiques. La question que nous posons est de savoir si la nécessité et l'efficacité de

(1) "Histoire mondiale de l'automobile" op. cité, p. 180 . Il s'agit de la dernière course d'avant-guerre où il affronte (et fut vaincu par) les pilotes de Mercedes.

(2) R. Dieudonné: "les coulisses d'une course automobile" in "je sais tout" Paris 1906

ce discours ne vient pas aussi de ce qu'il dit le vrai de la généralisation de l'objet automobile va introduire à la fois dans l'économie des ménages et dans la nouvelle donne de la comptabilisation du temps et de l'espace. A savoir une économie de guerre qui branche les individus sur une logique implacable de ce que Marx a appelé: " l'accumulation primitive " (1) et qui vectorise le temps et l'espace en terme de plus-values élargies et renouvelées par la nouvelle configuration de la mobilité et de la vitesse.

Une " efficacité " qui n'est peut-être pas si éloignée de celle qui opère dans le succès d'un fait divers qui bouleverse l'Amérique en 1925 (il s'agit d'un paysan du Kentucky, emmuré vivant dans une grotte , à la suite d'un accident spéléologique).

" Dans l'entre-deux-guerres, la croissance économique rapide, les changements sociaux et culturels brutaux, ont par contre-coup entraîné le besoin de héros, mécanisme par lequel s'affirme l'identité de chaque individu face à un monde hostile. Les deux personnages de Collins et de Miller ont répondu à cette demande diffuse de la population. Touchant le public au plus profond de ses fantasmes, ce fait divers, sans portée politique aucune, a concentré dans la souffrance d'un seul individu l'expérience de toute une nation dans sa lutte pour la vie. Des millions d'Américains se sont soudainement sentis enterrés vivants par procuration. " (2)

Sous l'innocence apparente de la métaphore, donc, un couple guerre-automobile dont l'alliance manifeste va dominer longtemps le paysage de la représentation contemporaine comme assomption et limite de l' "empoignade" sportive

" A Marseille la consternation fut grande lorsqu'on apprit que, près d'Orange, la déjà célèbre Panhard n° 5, la "Pan-Pan" de Levassor, s'était renversée.

Courageusement, d'Hostingue reprit la route vers Marseille, laissant Emile Levassor blessé, légèrement, pensait-on. Hélas! le grand sportif ne se rétablit pas et s'éteignit, à cinquante-trois ans, le 4 avril 1897.

Le sacrifice n'avait pas été vain: la course fut un triomphe pour Panhard et son nouveau moteur 8 CV Phénix. Peugeot expérimentait un bicylindre à plat..... " (3)

(1) cf. le chapitre "Economie automobile"

(2) Jacques Chabert: " Floyd Collins l'emmuré vivant " in Le Monde Dimanche du 26 Août 1980, p. XV .

(3) Histoire mondiale de l'automobile , op. cité, pp. 31

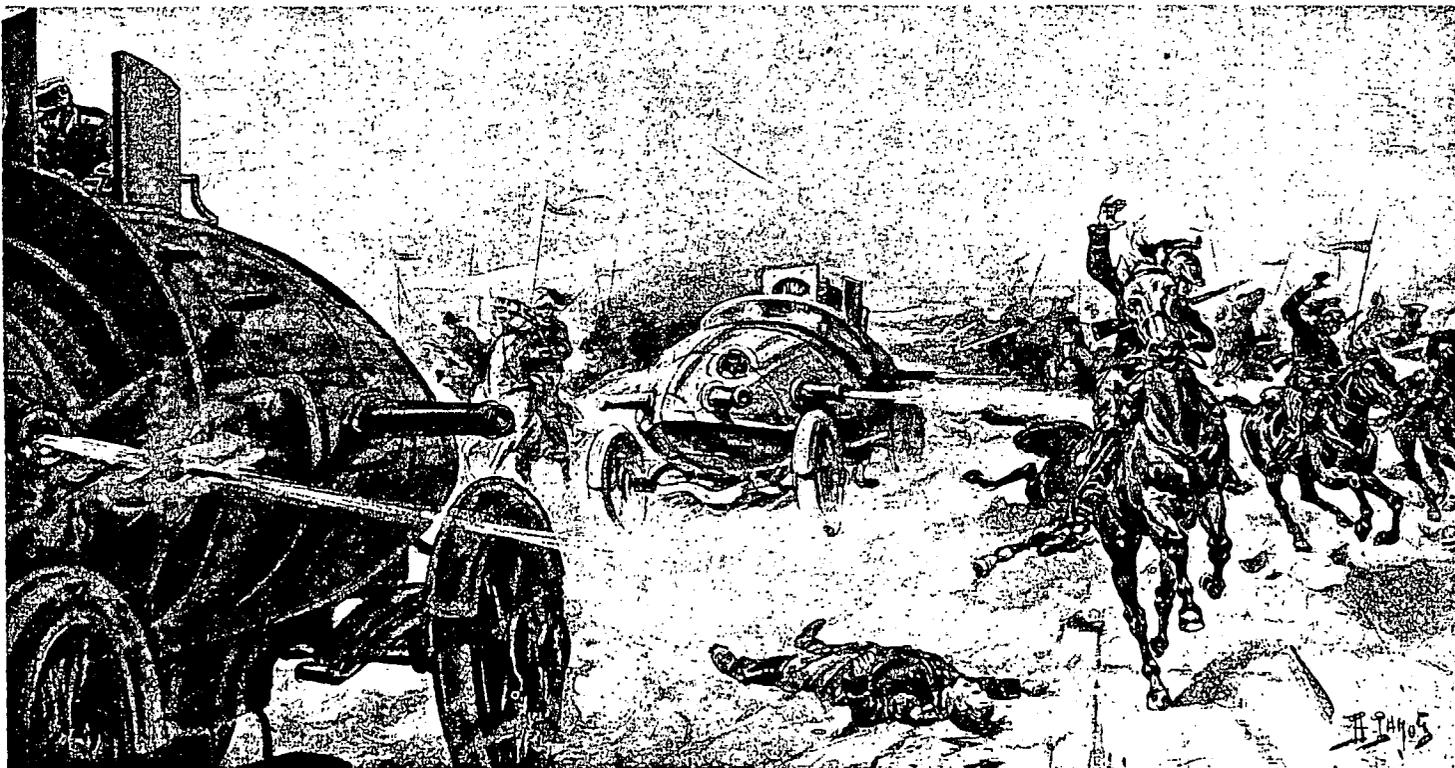
Paris-Berlin (course des voitures de tourisme).
Par suite de la rupture d'une roue, un des concurrents vient de faire "panache". (1)



" Pour beaucoup, ce Grand Prix était déjà une épreuve de prestige entre France et Allemagne, une première passe d'armes avant le 2 août! Delage avait gagné à Indianapolis; Mercedes avait répliqué en gagnant à Santa Monica (Californie). En dépit de la présence des quatorze marques, dont Fiat et Opel, le centre de ce match serait le duel sans merci de Peugeot-Delage contre Mercedes, et peut-être Sunbeam, dont les possibilités exactes n'étaient pas connues....

... L'équipe française, Delage ou Peugeot, avait cependant un moral de fer, aussi bien le jour du pesage (vendredi 2 juillet) que le jour de l'épreuve, ce dimanche 4 juillet 1914 ..." (1)

Il est remarquable aussi que la fiction stratégique de De Dion Bouton déploie son éloquence meurtrière de façon privilégiée dans l'illustration de son article qui extrapole largement dans l'horreur (par rapport au texte) l'étalage d'une puissance " monstrueuse " et la mise en scène du " cauchemar " vraisemblable.



LA GUERRE FUTURE. LES MONSTRES DE FER EN ACTION

Cuirassés et formidables de vitesse et de puissance, les monstres étranges, pleins d'hommes et de canons, rouleront comme le tonnerre au milieu des troupes impuissantes et démoralisées.



LA GUERRE FUTURE

On peut imaginer, sans que cela constitue, en présence des progrès de la science et de l'industrie, un cauchemar invraisemblable, quelles armes effrayantes pourront devenir les automobiles de guerre qui sillonneront les champs de bataille futurs comme d'énormes et vertigineux obus intelligents. (1)

Deux thèmes, donc, dans ces illustrations de l'auto "mobilisée". Tout d'abord le thème des machines monstrueuses "formidable de vitesse et de puissance" dont la maîtrise humaine est presque gommée et qui, dès lors, semblent échapper à l'ordre de l'humain: "monstres étranges" qui sèment le tonnerre, l'impuissance et la démoralisation dans les rangs de l'adversaire.

Deuxième thème celui de l'intelligence des machines, "obus intelligents", dont la conduite humaine est moins abstraite. Non plus l'étrangeté mais la "vraisemblance" d'un "cauchemar" dont les "progrès de la science et de la technique" ouvrent la possibilité. Intelligence, donc, mais démoniaque et dont l'horreur, d'évidence, résulte cette fois

(1) Illustrations et commentaires extraits de "L'automobile reine du monde" par De Dion Bouton, op. cité

de l'égale répartition des forces (des machines) entre les parties en présence.

Si on les rapporte à la littérature de science fiction de l'époque (et même au Zola de " La bête humaine ") ces thèmes ont une certaine banalité. L'autonomisation des machines et la puissance démoniaque de la science et de la technique " mangeuses d'hommes " sont alors les thèmes à succès d'une société où l'angoisse sans doute s'accroît à la mesure des changements sociaux qu'elle affronte. Et justement de ces rapports sociaux (les conditions sociales de production de ces machines) et de la puissance du politique, c'est ce dont il est le moins question dans cette mythologie. D'où peut-être l'irresponsabilisation et le sentiment d'impuissance collective qui s'en dégage et qui résulte sans doute du masquage et du refoulement du politique, qui s'opère là, par transfert à la machine d'un pouvoir qu'elle n'a pas. (1)

De la même manière d'ailleurs (mais avec une mythologie inverse), on peut observer que la magnification de la machine servira, aussi, dans la société stalinienne, d'étouffoir du politique.

Si on les décode, il est également remarquable que l'articulation des deux thèmes illustrés est assez clairement politique (au sens où Clausewitz dit que " la politique est le prolongement de la guerre par d'autres moyens " et vice-versa) .

Dans son horreur, le premier thème ("les montres étranges") se veut en effet rassurant. La puissance de la machine y est en effet adjacente d'un avantage stratégique (sur la cavalerie) qui fait la décision ("troupes impuissantes et démoralisées") et d'une certaine manière circonscrit l'horreur dans les limites banales, connues et rassurantes de la domination. Somme toute et hors du contexte militaire, un argument que la séduction publicitaire automobile utilisera à grande échelle.

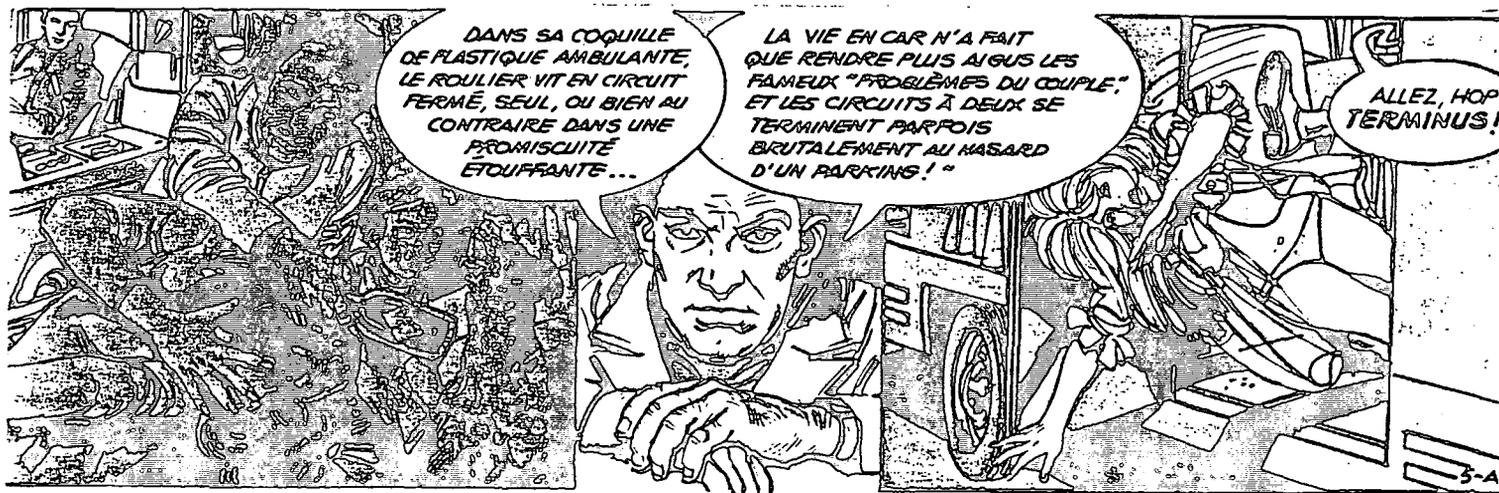
A cette banalité relative semble s'opposer (et c'est dans ce couple d'oppositions qu'est l'articulation) l'horreur absolue du second thème où l'intelligence de l'homme " mécanisé " adjacente cette fois à une égale (démocratique ?) distribution des machines est productrice d'un cauchemar sans limites.

(1) cf. plus loin notre analyse de " La Torpédo rouge sang ".

L'inspiration " réactionnaire " de cette opposition et de cette mythologie nous paraît assez évidente. Mais ce que nous voudrions surtout mettre en évidence c'est comment cette mythologie s'est reproduite et/ou transformée à la lumière d'une bande dessinée récente qui traite, en partie, les mêmes thèmes.

Premier constat, dans cette seconde fiction, l'automobile comme machine de guerre est rapportée à une thématique inversée du domestique et de l'offensive.

A l'automobile séductrice du soldat et de l'officier (par ses avantages domestiques) du texte de De Dion, s'oppose cette fois une domesticité automobile investie par une guerre privée qui n'est plus extérieure ni spatialement ni temporellement (ce n'est plus une guerre future) à l'espace automobile civil.



Cet envahissement de la domesticité civile de l'automobile par une thématique de guerre et de violence nous paraît pour le moins significatif d'un relatif effondrement du thème " civilisateur " (et confortable) où les pionniers de l'automobile reconnaissent le garant possible de son succès à venir et de l'élargissement de son marché. Significatif également de ce que l'objet automobile n'est plus le support de valeurs morales mais qu'il est au contraire objet de discours moralisateurs. C'est sans doute la chose la plus remarquable qui émerge des interviews que nous avons réalisées de voir à quel point aujourd'hui chacun se sent tenu d'élaborer et d'explicitier sa propre éthique de son rapport à l'automobile.

Ce qui semble se profiler aujourd'hui c'est, nous semble-t-il, une mythologie collective (ce qui ne veut pas dire homogène) de la morale automobile. La conduite automobile si l'on veut mais articulée en " bonne " et " mauvaise " conduite, la notion de conduite ne recouvrant plus seulement l'acte matériel de conduire un véhicule mais plus généralement de se conduire (socialement ou individuellement) avec (ou sans) lui.

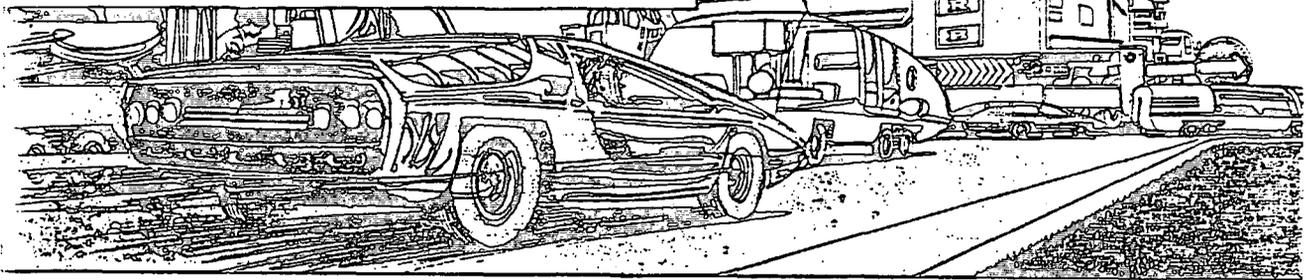
Tous les aspects du rapport que nos contemporains entretiennent avec l'automobile nous paraissent envahis par cette interrogation et par l'élaboration de discours de légitimation (En avoir envie ou pas, en acheter une ou pas, en changer, comment l'acheter, comment s'en servir ou ne pas s'en servir, son prix, son coût d'utilisation, son entretien ... etc).

Cette interrogation, qui traverse toute la société civile, nous paraît d'ailleurs plus riche et diversifiée que son axiomatisation (sa réinterprétation) en terme de promotion d'une demande de sécurité qui a été la politique des pouvoirs publics ces dernières années. (1)

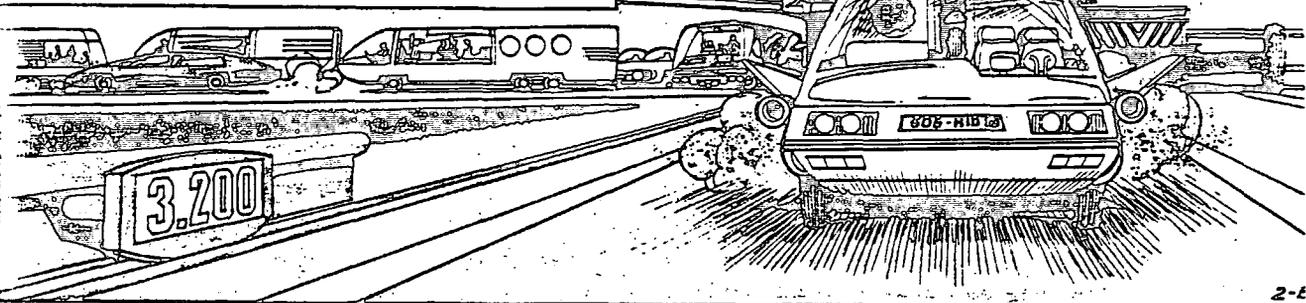
(1) Bien qu'elle participe aussi de cette ambiance "morale", cette politique reste largement articulée à la fascination militaire antérieure. Elle emprunte d'ailleurs largement ses concepts (la sécurité) au champ militaire. Un de ses promoteurs ne disait-il pas que "sa promotion (de la Sécurité) s'apparente à la guerre psychologique ". Cf. nos travaux antérieurs sur ce sujet: " Recherche exploratoire sur la signification sociale de l'accident" et " La représentation sociale de l'accident: un enjeu de pouvoir ".

AINSI, NOUS PARTAGIONS DÉSORMAIS LA ROUTE AVEC UNE AUTRE FORME DE VIE INTELLIGENTE, NON HUMAINE, SANS POUVOIR COMMUNIQUER AVEC ELLE. CES "ROBOCARS" PRÉSENTAIENT-ILS UN DANGER ? ALLAIENT-ILS CONTINUER À SE MULTIPLIER ? FALLAIT-IL LES ÉLIMINER AVANT QU'ILS NE NOUS ÉVINCENT ?

LOB & Rielga



DÉJÀ, DE MYSTÉRIEUSES DÉVIATIONS APPARAISSENT SUR LE CIRCUIT. CERTAINES PORTIONS DU RÉSEAU NOUS ÉTAIENT INTERDITES PAR DES BARRIÈRES MAGNÉTIQUES QUI NE LAISSAIENT PASSER QUE LES ROBOCARS...



2-L



LES ANGES GARDIENS QUI VEILLAIENT SUR NOTRE RÉSEAU DÉCIDÈRENT DE METTRE FIN À CETTE SITUATION ET PASSÈRENT À L'ATTAQUE.

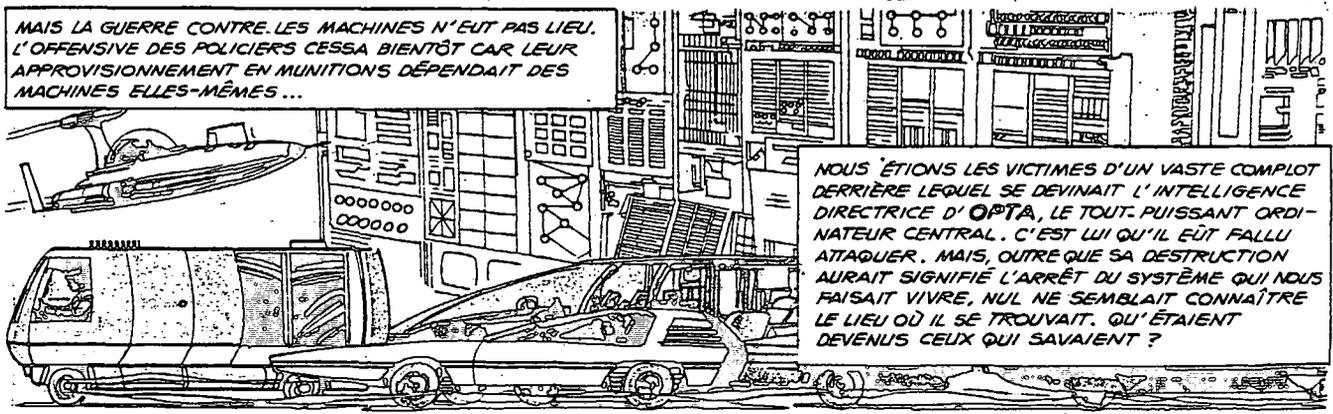


ET DURANT QUELQUES JOURS, ON VIT LES MÉROCARS DE LA POLICE FAIRE USAGE DE LEURS ARMES ET DÉTRUIRE UN CERTAIN NOMBRE DE CES ROBOCARS.

LOB & Rielga

3-A

MAIS LA GUERRE CONTRE LES MACHINES N'ÉUT PAS LIEU. L'OFFENSIVE DES POLICIERS CESSA BIENTÔT CAR LEUR APPROVISIONNEMENT EN MUNITIONS DÉPENDAIT DES MACHINES ELLES-MÊMES...

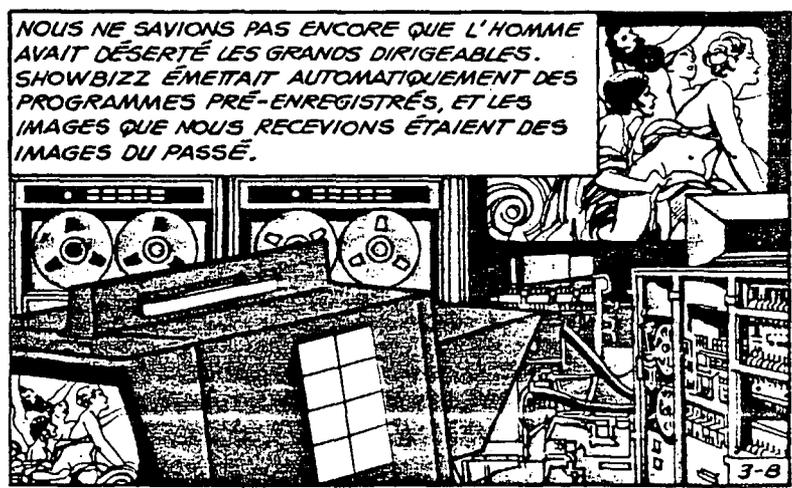
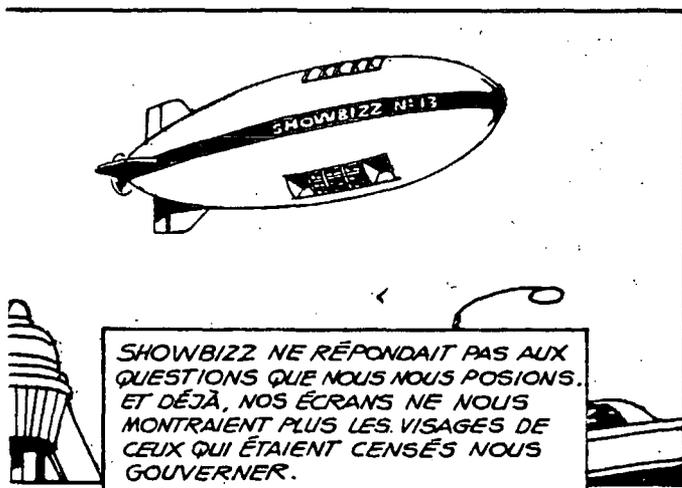


NOUS ÉTIONS LES VICTIMES D'UN VASTE COMLOT DERRIÈRE LEQUEL SE DEVINAIT L'INTELLIGENCE DIRECTRICE D'OPTA, LE TOUT-PUISSANT ORDINATEUR CENTRAL. C'EST LUI QU'IL ÉÛT FALLU ATTAQUER. MAIS, OUTRE QUE SA DESTRUCTION AURAIT SIGNIFIÉ L'ARRÊT DU SYSTÈME QUI NOUS FAISAIT VIVRE, NUL NE SEMBLAIT CONNAÎTRE LE LIEU OÙ IL SE TROUVAIT. QU'ÉTAIENT DEVENUS CEUX QUI SAVAIENT ?

Elle lui est également sans doute antérieure.

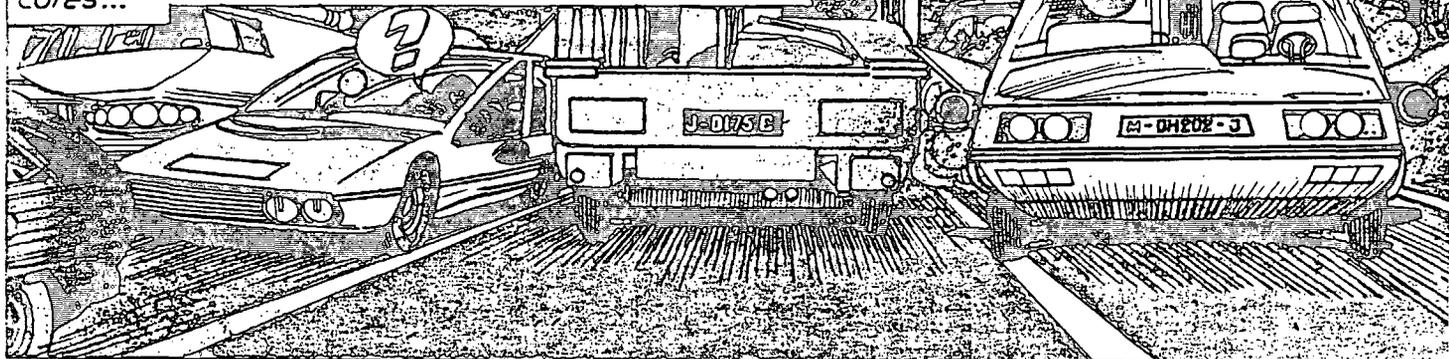
Dans la mesure où l'ensemble des problèmes micro et macro-politiques liés à la généralisation de l'automobile ont longtemps été masqués et refoulés par le dynamisme du marché et le genre de fascination qui y opérait, cette réarticulation éthique de l'objet automobile constitue sans doute pour une part un symptôme de retour du refoulé.

Mais revenons à la confrontation de nos deux fictions. A l'inverse encore du premier récit, l'automobile n'apparaît plus, dans le second, porteuse d'un projet stratégique offensif. La guerre (ou pour le moins l'offensive décisive) cette fois vient d'ailleurs; l'univers automobile est assujéti à l'informatique et l'homme automobilisé bascule (comme la cavalerie dans la première fiction) dans le camp des vaincus. La capacité de faire la décision appartient à l'ordinateur " l'intelligence directrice de l'OPTA, le tout puissant ordinateur central " qui a échappé au contrôle du pouvoir politique mais qui continue à en entretenir la fiction grâce à l'automatisation des mass-médias qui échappent eux-mêmes au contrôle de l'humanité " roulière ".

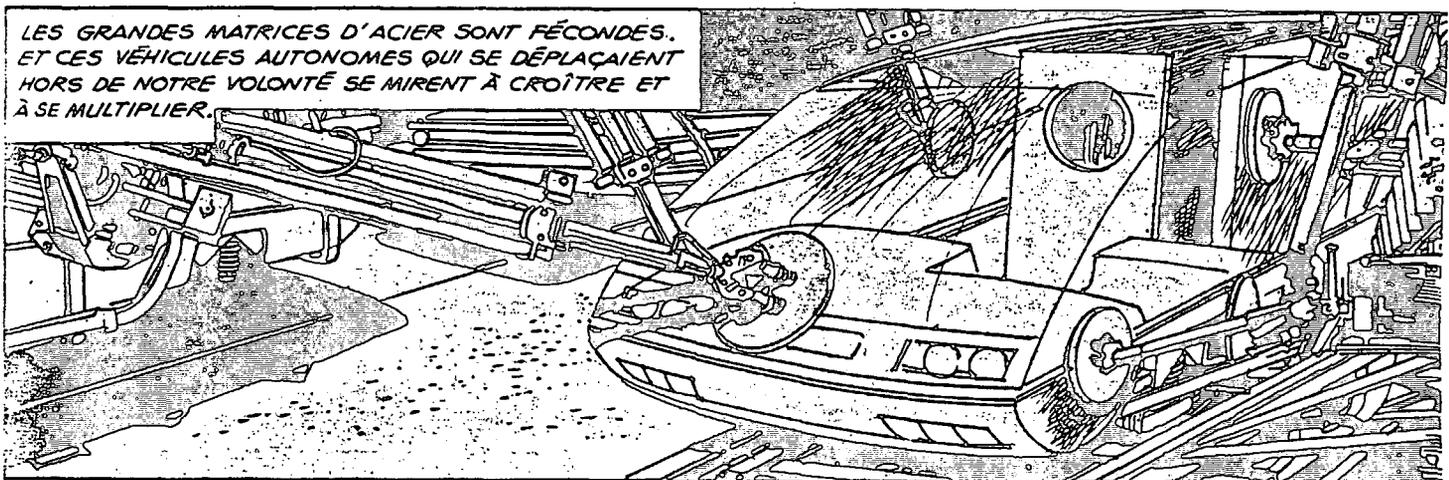


On reconnaît là le thème de l'autonomisation des machines qui parcourait déjà l'illustration de la fiction de De Dion.

QUAND NOUS NOUS SOMMES RÉVEILLÉS, IL ÉTAIT TROP TARD.
LA ROUTE NE NOUS APPARTENAIT DÉJÀ PLUS. DE MYSTÉRIEUX
VÉHICULES, VIDES DE TOUT OCCUPANT, CIRCULAIENT À NOS
CÔTÉS...



LES GRANDES MATRICES D'ACIER SONT FÉCONDES.
ET CES VÉHICULES AUTONOMES QUI SE DÉPLAÇAIENT
HORS DE NOTRE VOLONTÉ SE MIRENT À CROÎTRE ET
À SE MULTIPLIER.



Si on confronte ce thème aux métaphores qui dominent actuellement le langage économique appliqué à la crise de l'automobile:

" La période actuelle ne serait donc pas l'esquisse d'une croissance durablement ralentie, mais au contraire une phase de transition vers une croissance renouvelée. ... Dans cette hypothèse, l'électronique est appelée à restructurer en profondeur l'ensemble de la filière métallique en jouant un rôle analogue à celui joué jusqu'à présent par la chimie sur la filière agro-chimique." (1)

(1) Le Monde, début 1980, extrait d'une étude du Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales sur la 3ème Révolution Industrielle.

on ne peut qu'être frappé par une similitude sémantique troublante. Troublante en ce sens que se signale là que la frontière classique et sécurisante du discours qui se donne comme scientifique et de celui qui se donne pour fiction n'est peut-être pas si étanche qu'il y paraît et, en tous cas, que la métaphore machinique garde une force de persuasion largement étrangère à sa "scientificité".

En outre, dans la seconde fiction ("Les Mange Bitume") on assiste à une fusion de l'articulation inquiétant/rassurant qui structurerait le thème guerrier de De Dion.

rassurant: autonomie des machines = force brute = avantage stratégique = horreur limitée

inquiétant: intelligence des machines + distribution égale des forces = horreur illimitée

L'autonomisation des machines allie la force et l'intelligence et c'est dans un univers définitivement pacifié et (parce que?) débarrassé de l'homme que l'ordinateur perpétue, pour son plaisir exclusif, la circulation des "cars fantômes" dont les premières apparitions avaient constitué, pour l'observateur perspicace de la bande dessinée, le signe avant-coureur de la défaite humaine à venir.



Cette seconde fiction qui interroge les tendances exponentielles du marché automobile dans sa dimension stratégique-guerrière (avec aussi sa part de délire mais au fond pas plus que chez De Dion

Bouton) s'inscrit donc au coeur de la mythologie automobile en ce sens que l'interpellation " éthique " de la technique y est essentielle.

Non plus (comme chez De Dion) l'éloquence d'une fascination qui refoule la dimension politique d'une technologie du transport dont la nouveauté et la puissance métaphorique (nous ne parlons ici que du discours sur...) discréditeront pendant longtemps toute controverse, mais au contraire l'image du chemin possible vers une barbarie douce qui n'a plus le pouvoir ni la séduction d'un discours publicitaire.

Et puisque le politique a à voir avec les choses de la cité, il n'est pas inutile de souligner que la question des villes est la clef et le point de départ dans " Les Mange Bitume " d'un processus au terme duquel l'humanité perd le contrôle de ses machines. Dans cette fiction, c'est en effet l'incompatibilité d'un développement illimité de l'automobile et d'une conservation des tissus urbains " historiques " (paralyse, engorgement) qui conduit le pouvoir politique à raser les villes et mettre l'humanité " roulière " en marche.



Une fiction qui, si l'on se souvient de certaines déclarations (1), réalisations et projets antérieurs aux crises du marché pétrolier, n'a pas été si loin de se mettre en marche et qui perdue dans la vivacité des idéologies anti-urbaines. (2)

(1) " Je préfère voir les voitures rouler sur une voie bien entretenue que les quais souillés par les choses et par les hommes " Mr Frédéric Dupont (cité dans " L'autoroute sur berge contre Paris " de Michel Vernes, article paru dans l'Oeil n° 209, mai 1972)

(2) L'an dernier encore, l'Auto Journal titrait: "Faut-il raser les villes?"

Reste que c'est dans les limites étroites de sa disparition possible (ou d'usages mineurs) et de la vivacité des interrogations éthiques et politiques qu'elle suscite (et non plus seulement comme le prévoyait Barthes en 1963 de sa banalisation d'objet accouchant d'une mythologie de la conduite) que l'automobile semble pouvoir encore aujourd'hui, fonctionner comme objet mythologique.