



Le boycott, arme de contestation massive



Avant-propos

En 2019, les supermarchés ont fait la une des médias à plusieurs reprises. Mis sur la sellette, Delhaize s'est ainsi fait accrocher à cause de sa promotion « suremballée » de petites briques Delhaize shop. Depuis la Suisse, un mouvement citoyen a même invité au boycott des grandes surfaces durant tout le mois de février. Dans cette analyse, Annick Page interroge la pertinence de cette façon de militer qui revient sur le devant de la scène.



Le Cefoc (Centre de formation Cardijn) est une association d'Éducation permanente qui organise chaque année une cinquantaine de groupes de formation en Belgique. Ces groupes rassemblent des personnes issues ou solidaires des milieux populaires. Les différentes formations proposées visent à s'interroger sur le sens de la vie, à réfléchir à comment vivre ensemble de manière citoyenne, en agissant dans le sens d'une société plus démocratique et plus solidaire.

Dans le prolongement de ses activités de formation, le Cefoc publie chaque année de courts textes d'analyse et une étude. Les thématiques abordées trouvent leur source dans les réflexions mises sur la table par les participants aux formations. Les textes sont destinés aux acteurs du monde associatif et à tout citoyen à la recherche d'outils de compréhension de la société susceptibles de favoriser l'émancipation et la mobilisation individuelles et collectives.

Le boycott, arme ancienne à portée de tous

En 2019, à l'instar du mois sans alcool, les consommatrices et les consommateurs étaient invité.e.s à boycotter les supermarchés durant un mois. Le collectif à l'initiative de cette invitation visait à dénoncer le suremballage et à privilégier les petits producteurs et les commerces locaux.

En quoi consiste exactement le boycott ? Dans un ouvrage dédié au boycott, Ingrid Nyström et Patricia Vendramin le définissent comme « *une concentration systématique d'actions individuelles et volontaires conduisant au refus d'entretenir une relation (commerciale, politique, culturelle, sportive, diplomatique ou encore académique) avec un tiers (collectivité, entreprise, État, etc.) en vue d'exercer sur lui une pression* »¹.

Cette forme particulière de militance n'est pas neuve : c'est au 18^{ème} siècle qu'on a vu naître les premiers boycotts. Depuis, régulièrement, la société civile a utilisé cette arme de contestation pour dénoncer des situations injustes et permettre un changement social². On peut distinguer plusieurs formes de boycott, par exemple :

- le boycott de protestation pour exprimer son mécontentement et peser sur un rapport de force ;
- le boycott de discrimination qui exclut, stigmatise, désigne un ennemi ;
- le boycott expressif qui sensibilise et éveille les consciences. Le boycott des supermarchés durant un mois en est un exemple.

Une arme efficace, sous conditions

Parmi les moyens de contestation, le boycott récolte de nombreux avantages. Tout d'abord, il est à la portée de tous les milieux, même si des études montrent que ce sont les jeunes, éduqués, aisés et plutôt

de gauche qui constituent le public le plus enclin à participer à un boycott³.

Il ne demande généralement pas de rassemblement physique des individus. « *C'est la somme des actions individuelles qui matérialise l'action collective, comme dans le cas de la pétition ou du suffrage. Le boycott représente donc une action individuelle à portée collective.* »⁴ Le développement des nouvelles technologies de l'information permet, en outre, de toucher beaucoup de personnes en un minimum de temps.

Autre avantage du boycott : il est difficilement réprimable par les autorités. Cette forme de résistance passive ne donne aucun motif d'arrestation à ses auteurs. Sauf, bien sûr, dans le cadre d'un boycott organisé par des États. Par exemple, le boycott des produits cubains par les États-Unis (dont les fameux cigares) pouvait mener à des sanctions pour les contrevenants.

Par contre, cette forme de contestation suppose qu'un minimum de personnes réponde à l'appel. Il nécessite une certaine masse critique afin de faire pression. De plus, le boycott peut exiger un certain temps avant d'obtenir des résultats. Pour exemple, le boycott des bus à Montgomery, entamé en 1955 dans l'État américain de l'Alabama (pour s'opposer à la politique municipale de ségrégation raciale dans les transports publics) a duré un peu plus d'un an.

Une arme adaptée à la société d'aujourd'hui

Dans un article publié en 2017⁵, le sociologue Guy Bajoit analyse la pertinence du boycott dans la société actuelle.

Aux 19^{ème} et 20^{ème} siècles, les mouvements ouvriers ont lutté pour améliorer leurs conditions de travail. La grève fut alors l'un des moyens les plus utilisés et les plus efficaces. Pour le monde ouvrier de l'époque, il était plus facile de se battre contre une classe patronale bien définie et bien visible. Cependant, avec un

¹ I. NYSTRÖM, P. VENDRAMIN, *Le boycott*, collection Contester, Paris, Éditions Presses de Sciences Po, 2015, p.10.

² Des boycotts sont parfois utilisés à des fins non louables, comme le boycott des magasins juifs par les nazis dès 1933.

³ Les auteurs des études sont référencés dans l'ouvrage de I. NYSTRÖM, P. VENDRAMIN, *op.cit.*, p.32.

⁴ I. NYSTRÖM, P. VENDRAMIN, *op.cit.*, p.51.

⁵ G. BAJOIT, *Soyons de gauche, ici, maintenant, et...d'urgence !*, www.cetri.be, 4 juillet 2017.

capitalisme néolibéral mondialisé, la classe dirigeante n'est plus simplement constituée de bourgeois et de patrons. Les spéculateurs, les investisseurs et les prêteurs, réunis sous le terme de ploutocratie, font la pluie et le beau temps dans la gestion économique. Leurs exigences de retour sur investissement, qui souvent se déclinent en deux chiffres, ont bouleversé l'équilibre dans le partage des richesses produites. L'« ennemi » est devenu moins visible, moins accessible. Guy Bajoit affirme ainsi : « Hier, ce qui menaçait le capitalisme industriel, c'était la grève des prolétaires, devenue de nos jours à peu près inefficace ; ce qui peut menacer aujourd'hui le capitalisme néolibéral, ce serait la grève des consommateurs ».

Afin de peser sur la classe dirigeante et l'obliger à prendre en compte l'intérêt général plutôt que son propre intérêt, le sociologue propose de « s'engager dans des actions qui mettent en cause directement les mécanismes stratégiques par lesquels elle [la classe dirigeante] génère ses profits commerciaux et financiers »⁶. Bajoit développe l'idée de « clientariat », en référence au salariat (d'autres parlent de consumariat). Les clients, les consommateurs, constituent le dernier maillon de la chaîne de distribution. S'ils ne coopèrent pas au projet consumériste, ils mettent en difficulté tout le système. Une grève de la consommation peut ainsi mettre à mal la distribution, tout comme la grève du travail mettait à mal la production.

Dans une société où l'individu a toute sa place et où les nouvelles technologies sont en plein boom, le boycott permet d'articuler l'individuel et le collectif à des niveaux parfois très larges, touchant même l'international ou le mondial. Le boycott ne nécessitant pas le rassemblement physique d'individus, les boycotteurs peuvent ne pas se connaître mais adhérer à une même revendication. Les réseaux sociaux facilitent le rassemblement de ces personnes afin de faire masse.

Par ailleurs, cette forme d'action collective correspond bien à l'évolution culturelle, notamment à la manière dont les jeunes générations conçoivent l'engagement militant : plus flexible, moins hiérarchisé, dans l'ici et maintenant, par projet et donc plus ponctuel qu'autrefois. Pour Bajoit,

« On est face à un individu qui s'inscrit dans une logique de liberté et de construction identitaire. L'appartenance n'est pas supprimée, elle est transformée idéalement en une appartenance choisie. En tant qu'acte individuel librement choisi, le boycott s'inscrit dans cette conception du lien entre individuel et collectif »⁷.

Les jeunes générations utilisent également davantage les moyens de communication qui sont à leur disposition pour diffuser leurs revendications et pour agir plus directement « là où ça fait mal » : sur l'image des entreprises, par exemple.

Boycotter les supermarchés : pourquoi ?

Pour en revenir au boycott des supermarchés durant le mois de février, les initiateurs de cette invitation avaient plusieurs objectifs en tête. Il ne s'agissait pas réellement de faire pression sur un secteur économique. Un boycott d'un mois est largement insuffisant pour obliger les grandes surfaces à changer de politique. Il s'agissait plutôt de dénoncer le fonctionnement de la grande distribution et d'inviter les consommatrices et consommateurs à réfléchir à leurs manières de consommer.

Chacun.e est ainsi invité.e à donner un sens à son acte : pourquoi devrais-je boycotter les supermarchés ? En quoi leur fonctionnement pose question ? Ensuite, pour « remplacer » ses lieux d'achat, elle/il doit s'informer sur d'autres manières de consommer, ce qui pousse à découvrir ou redécouvrir les petits commerces et les circuits courts. Ce boycott incite donc à questionner les évidences (se fournir au supermarché où l'on trouve de tout, en provenance du monde entier...) et à changer ses habitudes, à s'orienter vers d'autres manières de consommer.

Par ailleurs, les initiateurs du mois sans supermarché cherchaient à dénoncer les dégâts de la grande distribution sur l'environnement, du fait du suremballage notamment. Guy Bajoit envisage d'ailleurs le boycott comme un moyen d'obliger le capitalisme et les entreprises à plus de respect des normes sociales et environnementales. « C'est la grève de la consommation qu'il faut faire aujourd'hui

⁶ G. BAJOIT, *op. cit.*

⁷ I. NYSTRÖM, P. VENDRAMIN, *op.cit.*, p.55.

pour avoir une chance d'obliger la classe mercantiliste à être dirigeante. S'attaquer à cette classe, ici et maintenant, c'est boycotter, parmi les entreprises (et notamment parmi les banques), celles qui ne respectent ni l'environnement, ni les États nationaux, ni les consommateurs, ni les travailleurs, ni les biens communs, ni les pays du Sud, ni les individus, ni les droits humains [...] Le mouvement social de la classe consommatrice devrait donc inciter ses membres à ne plus acheter les biens et les services produits par certaines entreprises néolibérales qui ne respecteraient pas les clauses – auxquelles il faudrait réfléchir avec soin –, d'un vrai 'contrat de responsabilité sociale et environnementale'. Ce contrat comporterait des clauses qui engageraient les entreprises à respecter les enjeux mentionnés ci-dessus. La grève de la consommation deviendrait ainsi l'équivalent fonctionnel de la grève du travail, car les entreprises qui signeraient ce contrat deviendraient plus compétitives que celles qui refuseraient de le signer. »⁸

En conclusion

Dans une société mondialisée où les défis sont nombreux, cette forme de militance, déjà ancienne mais adaptée à notre temps, peut révéler toute sa force de persuasion. Il est un fait que le boycott des supermarchés sur une durée d'un mois n'a pas permis d'affecter réellement le chiffre d'affaire des grandes enseignes. Il faudrait, pour cela, passer à une masse critique de consommateurs-boycotteurs et ce, sur une durée beaucoup plus longue. Cependant, ce mouvement aura eu le mérite d'ouvrir le débat sur les modes de consommation et sur l'emprise capitaliste de la grande distribution. Il aura également incité des personnes à ouvrir la porte de commerces locaux et de petit.e.s producteurs/trices. Sortir des évidences, des réflexes d'achats, des sentiers battus et rebattus, voilà une première démarche vers une autre consommation.



Annick Page,
Formatrice permanente au Cefoc

⁸ G. BAJOIT, *les 10 défis majeurs que doit relever le mouvement social « clientarien »*, <https://pour.press>, mars 2019

Pour aller plus loin

Faut-il prendre ses distances avec les supermarchés ?, Le Soir, vendredi 1^{er} février 2019.

Ingrid NYSTRÖM, Patricia VENDRAMIN, *Le boycott*, collection Contester, Paris, Éditions Presses de Sciences Po, 2015.

Guy BAJOIT, *Pour orienter les luttes sociales et politiques du XXI^e siècle*, chroniques éditées mensuellement sur le site POUR/PRESS.

Guy BAJOIT *Soyons de gauche, ici, maintenant, et... d'urgence !*, www.cetri.be, 4 juillet 2017.

