

T^{le} STG / Bac oral juin 2007 / Géographie /
Question obligatoire : « croissance et crise économique depuis 1945 »
Sujet- commentaire d'un ensemble documentaire :
« Aux origines des Trente Glorieuses »

Problématique : à travers ces documents, nous allons présenter les conditions qui permirent aux lendemains de la Seconde Guerre à la France d'entrer dans les 30 Gl, 30 années de prospérité du monde occidental jusqu'au milieu des années 1970.

Présentation des documents

- Nature : deux publicités, datant de la même période, la première de 1947 et la seconde de 1950.
- Auteur : une agence de publicité « Publicis » qui vent une auto et se présente à ses clients.
- Destinataire : pubs donc destinées à être vues du plus grand nombre.
- Contexte : nous sommes peu de temps après la fin de la 2GM, La reconstruction de la France est en cours en 1947, elle est achevée en 1950 mais ces pubs marquent le début des 30 Gl.
- Intérêt du doc : fait le point sur la situation économique de la France, dans les immédiates années après fin 2GM.

Commentaires

- La pub pour la « 4 CV Renault de 1947 » rappelle quand même que la guerre n'est pas loin (guerre) et que depuis 1945, on n'a pas construit de voiture en série, c'est la Reconstruction. La pub Publicis rappelle aussi « les conditions éco de ces vingt dernières années » celles de la crise des années 1930 et de la guerre, qui a laissé « stationnaire le pouvoir » d'achat. En 1950, les F ont encore besoin de « mieux s'habiller, de mieux se nourrir, de mieux » vivre », ce n'est que cette année qu'ils ont retrouvé leur pouvoir d'achat de 1938.
- Cette pub montre aussi les conditions de cette prospérité :
 - Renault est une « régie nationale », c à d appartient à l'état français. En effet, en 1945, pour reconstruire plus rapidement gouvernement français de DG prend en charge une partie l'éco, c'est une politique « keynésienne ».

- En arrière plan, nous voyons une « chaîne de montage », le titre est « la chaîne a démarré », c'est l'application de l'organisation scientifique du travail appelée « taylorisme », l'affiche parle de nouvelles méthodes de fabrication, cela permet une augmentation de la productivité (« la cadence de sortie s'accélère »), la production de masse (« de grande série ») de produits identiques (la standardisation), une baisse des coûts de production.
- Les 30 Gl st aussi celles des « innovations technologiques » mises à la disposition de tous (TV, réfrigérateur)
- Ces deux pubs nous informent aussi sur la société qui se met en place et qui caractérisera celle des 30 Gl.
 - L'auto devient un symbole notamment les petites voitures « 4 CV » que l'on trouve dans les deux pubs, c'est la voiture de la famille. Cependant paradoxe car époque du Baby-boom, des familles nombreuses, qui fut aussi un des facteurs de la consommation et donc de la croissance des 30 GL.
 - Comme le dit la pub, « plus les prix baissent, plus les produits deviennent accessibles », c'est l'augmentation du pouvoir d'achat qui est une caractéristique des 30 Gl, c'est la « société de consommation ».
 - La pub de 1950 montre également les nouveaux produits de la « société de consommation » naissante, notamment l'électroménager qui va améliorer les conditions de vie (réfrigérateur, machine à laver, cafetière électrique, fer à repasser électrique), la TV qui en est à ses débuts sera aussi l'un des objets caractéristiques des 30 Gl.
 - Cette consommation ne peut exister sans le développement de la pub « pour donner envie » et « faire connaître les produits ». Le couple en dessin regarde ses objets avec « envie », avec l'augmentation de son pouvoir d'achat pendant 30 Gl, il pourra satisfaire ses « envies ».

Bilan – Par les messages qu'ils véhiculent, les informations qu'ils donnent sur les conditions de production, sur les nouvelles formes de consommations, ces deux documents sont donc bien représentatifs des premières années des 30 Gl.