



HAL
open science

**Appareil commercial et diffusion des biens de
consommation au XVIIIe siècle : aires et structures du
commerce des commodités en Lorraine centrale et
méridionale, années 1690-1791**

Julien Villain

► **To cite this version:**

Julien Villain. Appareil commercial et diffusion des biens de consommation au XVIIIe siècle : aires et structures du commerce des commodités en Lorraine centrale et méridionale, années 1690-1791. Histoire. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2015. Français. NNT : 2015PA010705 . tel-02495721

HAL Id: tel-02495721

<https://theses.hal.science/tel-02495721>

Submitted on 2 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Julien VILLAIN

Appareil commercial et diffusion des biens de consommation au XVIII^e siècle

Aires et structures du commerce des
commodités en Lorraine centrale et
méridionale, années 1690-1791

Thèse pour l'obtention d'un doctorat en histoire, sous la direction de Mme le Professeur Dominique MARGAIRAZ (Université Paris I Panthéon-Sorbonne), présentée le 5 décembre 2015 devant un jury composé, outre le directeur de thèse, de :

- M. Bruno BLONDE (Université d'Anvers)
- Mme Anne CONCHON (Université Paris I Panthéon-Sorbonne)
- Mme Natacha COQUERY (Université Lyon II)
- M. Pierre GERVAIS (Université Paris III-Sorbonne Nouvelle)

Remerciements

Au seuil de ce travail qui m'a occupé de longues années, je tiens à remercier tous ceux qui l'ont rendu possible et qui m'ont permis d'en venir à bout. S'il doit énormément à Dominique Margairaz et à son soutien sans faille, ma reconnaissance va aussi à tous les chercheurs, jeunes ou moins jeunes, qui se sont intéressés à mes recherches et ont pris le temps d'en discuter avec moi – je pense notamment à Arnaud Bartoloméi, Marco Belfanti, Jacques Bottin, Isabelle Bretthauer, Anne Conchon, Natacha Coquery, Guillaume Daudin, Vincent Demont, Guillaume Foutrier, Guillaume Garner, Pierre Gervais, Claire Lemerrier, Marguerite Martin, Philippe Minard, Anne Wegener-Sleeswijck. J'en oublie un certain nombre – qu'ils m'en excusent.

Il m'aurait été matériellement impossible de mener à bien ces recherches sans la diligence et la disponibilité des personnels des archives et des bibliothèques – je pense tout particulièrement à ceux des Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle, de la Bibliothèque Municipale de Nancy ou des Archives Municipales de la même ville, qui n'ont ménagé ni leur peine ni leur patience. L'aide financière du projet ANR MARPROF, animé par Pierre Gervais, m'a en outre permis de travailler sereinement en Lorraine plusieurs mois durant et d'y procéder à une vaste moisson d'archives. François Sablon de Nancy m'a pour sa part gentiment accueilli lors de séjours ponctuels en Lorraine ; David Jouffroy et Laure Perrot m'ont quant à eux fait l'amitié de me recevoir à Lyon. Qu'ils soient tous chaleureusement remerciés de leur soutien.

Ce travail ne serait pas ce qu'il est sans l'aide d'Olivier Guéant et d'Alexandre Hobeika, qui m'ont prêté main-forte pour les questions statistiques, ou de Benjamin Landais, qui s'est chargé de réaliser plusieurs cartes. Je leur suis profondément reconnaissant de leur soutien et de l'amitié qu'ils m'ont ainsi témoignée.

Mes derniers mots sont pour mes amis et ma famille, que cette longue fin de thèse m'a empêché de voir autant que je l'aurais souhaité. Leur appui et leurs encouragements ne m'ont jamais fait défaut, et ce travail leur doit sans doute bien plus qu'ils ne le pensent. Puisse-t-il être digne de leur longue patience !

Introduction générale

« Des facteurs probables qui jouent dans les changements de la consommation : en créant des marchés pour quelques produits correspondant à des besoins simples, comme l'alimentation et le vêtement, ces facteurs peuvent conduire à la naissance et au développement de secteurs industriels, comme la brasserie ou la fabrication des cotonnades imprimées, lorsqu'un ensemble de conditions favorables sont réunies – taille du marché, pouvoir d'achat des consommateurs potentiels, possibilité de transport, homogénéité de la production. Pour que la pression de la demande sur les producteurs ait stimulé une croissance de la production manufacturière au début de l'industrialisation, il faut que les changements microéconomiques de comportement aient entraîné des transformations de la nature des marchés. »¹

Depuis une trentaine d'années, les travaux sur les origines de la Révolution Industrielle s'efforcent de réévaluer le rôle des transformations de la demande au XVIIIe siècle dans l'industrialisation de l'Europe occidentale. A les suivre, l'extension séculaire des marchés de consommation aurait poussé au développement d'une production de masse². L'accroissement de la consommation aurait ainsi fait fonction de condition préalable au décollage industriel : pour répondre à une demande sans cesse croissante, les marchands-fabricants auraient mis en œuvre des innovations de procédés destinées à accroître la production³. Dans ce modèle explicatif, l'industrialisation du continent européen ne résulte pas d'une succession de découvertes ou d'innovations heureuses, qu'une hypothétique accumulation primitive du capital aurait permis de concrétiser : l'essor de fabriques mécanisées et de grande taille aurait bien plutôt été la réponse au double défi de l'extension de la consommation et de la concurrence entre producteurs. Tout séduisant qu'il puisse être, ce schéma comporte toutefois des zones d'ombres : les historiens ont notamment peine à s'entendre sur l'ampleur de la poussée des consommations au XVIIIe siècle – et tout particulièrement sur la part imputable à la circulation marchande.

¹ Patrick VERLEY, *L'échelle du monde : essai sur l'industrialisation de l'Occident*, Paris, Gallimard, 1997, p. 12.

² VERLEY, *L'échelle du monde*; Jan DE VRIES, "Between purchasing power and the world of goods. Understanding the household economy in early modern Europe", in John BREWER et Roy PORTER (éd.), *Consumption and the World of Goods*, Londres, Routledge, 1993, pp. 85-132 ; Id., "The industrial revolution and the industrious revolution", *Journal of Economic History*, 1994, pp. 249-270 ; Id., *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge, University Press, 2008.

³ Pierre GERVAIS, *Les origines de la Révolution Industrielle aux Etats-Unis. Entre économie marchande et capitalisme industriel 1800/1850*, Paris, Editions de l'EHESS, 2004,

L'extension de la consommation et l'essor de marchés intégrés

Un problème historique et méthodologique : l'extension de la consommation au XVIIIe siècle

Accroissement de la demande et essor de la consommation

Les tenants de la thèse développée plus haut soulignent abondamment l'ampleur des transformations de la consommation au cours du XVIIIe siècle⁴. Les inventaires après décès étudiés pour la France laissent à vrai dire peu de doute quant à l'accroissement de la quantité de biens possédés par les ménages entre les années 1700 et les années 1790 – poussée qu'il n'est pas illégitime d'imputer à l'accroissement séculaire de la consommation. En effet, l'essor économique du XVIIIe siècle permet vraisemblablement la hausse des revenus de larges segments de la paysannerie et de l'artisanat : disposant de davantage de ressources financières, de nombreux consommateurs ont ainsi pu accroître et diversifier leurs dépenses d'alimentation, de vêtement, d'équipement des intérieurs voire de produits culturels. Par ailleurs, les produits disponibles connaissent au XVIIIe siècle une transformation qualitative : les marchandises offertes aux consommateurs sont souvent de moindre qualité et de coût plus modéré qu'auparavant. Plus accessibles à un large public, elles sont également plus rapidement obsolètes - ce qui peut pousser à leur renouvellement rapide, et entretenir ainsi la dynamique des marchés. Les consommateurs achèteraient donc dans l'ensemble plus qu'aux siècles précédents, se tournant vers des produits plus diversifiés, qu'ils renouvelleraient à des rythmes plus rapprochés : en somme, l'essor de la demande au XVIIIe siècle serait lié au développement de pratiques consuméristes⁵.

Dans son sens le plus général, la consommation correspond à l'utilisation des biens en vue de satisfaire des besoins. On ne peut cependant parler de pratiques consuméristes – comme quand on évoque la « société de consommation » - que lorsque les acheteurs ont le choix entre différents biens pour satisfaire un même besoin, et ont donc la possibilité, sous contrainte de revenus, d'exprimer des préférences personnelles. Avec l'accroissement du nombre de types de biens disponibles et la diversification des qualités des produits au XVIIIe siècle, il devient possible d'effectuer des arbitrages au sein d'assortiments larges. La hausse des revenus d'un certain nombre de catégories sociales le permet, de même que le recul vraisemblable des normes de consommation attachées à des statuts sociaux au profit d'effets de mode inter-catégoriels. Le XVIIIe siècle est en effet marqué par l'affirmation de la sensibilité personnelle, que l'on retrouve notamment dans la séparation croissante entre exigences de la vie publique et vie privée ou dans la valorisation progressive de l'expression des sentiments individuels⁶.

Ces nouveaux comportements consuméristes investissent en particulier la sphère des « commodités », située entre les « nécessités » assurant la reproduction élémentaire des personnes et les produits d'ostentation, éléments de distinction des élites sociales⁷. On y

⁴ Pierre GERVAIS, *Les origines de la Révolution Industrielle aux Etats-Unis* ; Id., « L'impensé du marché. Approches du développement économique aux Etats-Unis (XVIIe-XIXe siècles) », *Revue de Synthèse*, 5^e série, 2006, 2, pp. 299-328.

⁵ Ulrich-Christian PALLACH, *Materielle Kultur und Mentalitäten im 18 Jahrhundert. Wirtschaftliche Entwicklung und politisch-sozialer Funktionswandel des Luxus in Frankreich und im Alten Reich am Ende des Ancien Régime*, München, Oldenbourg, 1987.

⁶ Philippe ARIES et Georges DUBY (dir.), *Histoire de la vie privée*, tome 3 : *De la Renaissance aux Lumières*, Paris, Seuil, 1999 (en particulier les articles d'Orest RANUM, « Les refuges de l'intimité », pp. 209-260 et de Jean-Louis FLANDRIN, « La distinction par le goût », pp. 261-302).

⁷ *Histoire et Mesure*, 11, n°3/4, Paris, CNRS, 1996.

retrouve les vêtements, les denrées coloniales ou encore les biens d'équipement intérieur (vaisselle, accessoires de cuisine, miroirs, quincaillerie, etc.)⁸. Plus spécifiquement, la poussée des consommations au XVIIIe siècle est largement portée par la diffusion croissante d'un certain nombre de produits désignés par les historiens anglo-saxons comme les *new items*. Il peut s'agir de produits totalement nouveaux en Europe, comme les indiennes ou la porcelaine, mais aussi de produits à la diffusion autrefois modeste devenant en quelques décennies des marchandises de consommation courante - comme le sucre ou d'autres produits d'épicerie pour l'alimentation, ou encore les miroirs, montres et lunettes pour la mercerie⁹. Le succès de ces *new items* est favorisé par l'essor de l'imitation : la mise au point de matériaux comme le similor, le tombac, le simili-argent ou le strass permet de copier les marchandises les plus exclusives et d'en diffuser des imitations dans des cercles plus larges. L'essor des pratiques consuméristes passe en définitive par le succès d'un certain nombre de produits de large diffusion, par delà les rangs et les catégories sociales.

De telles transformations supposent un changement d'attitude face aux objets, à leur utilisation et à leur mode d'acquisition. L'essor de la consommation serait en particulier porté par une mutation dans le rapport des populations au marché : pour se procurer des biens, les consommateurs européens compteraient ainsi moins qu'aux siècles précédents sur l'autoproduction ou les échanges de type don/contre-don entre des familles ou des groupes alliés¹⁰. Les hypothèses de Jan de Vries sur l'extension des pratiques de marché au XVIIIe siècle sont à cet égard plausibles : avec la baisse tendancielle du niveau des salaires en Europe occidentale, le travail des femmes se serait développé et le temps de travail se serait accru. Ces transformations, réduisant le temps disponible pour la production domestique, auraient entraîné un recours plus ample des ménages aux marchés de produits pour leurs approvisionnements¹¹. Ainsi, les transformations dans la sphère de la production tendraient à renforcer l'acculturation des classes populaires au marché.

Il se peut d'ailleurs que l'ensemble de la société ait été rendue progressivement plus sensible aux innovations de produit. Sous l'effet de la démultiplication de la quantité et de la diversité des biens disponibles, le goût pour la nouveauté a pu se diffuser dans toute la société. L'accélération des rythmes de renouvellement des marchandises et la plus grande sensibilité à la mode découleraient dès lors parmi les élites sociales d'une dynamique de distinction, particulièrement sensible dans l'économie du vêtement : avec la diffusion massive et accélérée dans toute la société de produits auparavant réservés aux élites sociales, celles-ci chercheraient dans le renouvellement fréquent des consommations un moyen de maintenir leur prééminence sociale¹². Dans les couches inférieures de la société, comme l'a montré Lorna Weatherill, le goût pour les nouveaux produits se diffuse dans les groupes les plus engagés dans l'économie d'échanges, en particulier les commerçants et les artisans. Ces catégories sociales goûteraient d'autant plus la nouveauté qu'elles y seraient très sensibles, étant les mieux informées des innovations de produits par leur position dans le processus de production et dans les filières de commercialisation. On pourrait ajouter, en suivant de Vries,

⁸ Carole SHAMMAS, *The Pre-industrial Consumer in England and America*, Oxford, Clarendon Press, 1990 ; Lorna WEATHERILL, *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660-1760*, Londres, Routledge, 1988 ; Marco BELFANTI et Fabio GIUSBERTI, « Clothing and social inequality in early modern Europe: introductory remarks », *Continuity and Change*, 15, 2000, pp. 359-65.

⁹ Beverly LEMIRE, *Fashion's Favourite : the Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660-1800*, Oxford, University Press, 1991.

¹⁰ Laurence FONTAINE, *Le Marché : histoire et usage d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, 2013.

¹¹ Cet état de fait incite Patrick Verley à souligner que « la croissance de la production industrielle marchande repose en partie sur cette transformation de biens et services autoconsommés en biens et services marchands : elle surestime donc les progrès de la consommation » (*L'échelle du monde*, p. 137).

¹² Hans MEDICK, « Une culture de la considération. Les vêtements et leurs couleurs à Laichingen entre 1750 et 1820 », *Annales HSS*, 50, 1995, pp. 753-774.

que l'essor du travail des femmes et l'extension des fabriques déconcentrées d'étoffes, de quincaillerie ou de bonneterie augmentent le nombre de producteurs artisanaux : le nombre de personnes sensibles aux variations des types de produits en est accru d'autant, ce qui favoriserait la diffusion d'une culture de marché dans de larges segments de la population¹³.

Quel essor de la consommation ?

Ce cadre interprétatif a beau être assez convaincant, la réalité dont il entend rendre compte est somme toute assez fuyante : en vérité, l'ampleur de l'extension de la consommation est difficile à saisir, et l'on ne saurait dire clairement qui achetait les commodités, dans quelles proportions ou à quel rythme¹⁴. Les voies les plus couramment employées pour mettre en évidence l'expansion et l'extension géographique et sociale des marchés de consommation laissent insatisfait. L'utilisation des inventaires après décès comme source privilégiée pose en particulier de sérieux problèmes méthodologiques : l'accroissement de la quantité et de la diversité des biens relevés dans les inventaires, qui permet généralement aux historiens de conclure à une hausse de la consommation sur tout le XVIIIe siècle, achoppe en effet sur le problème de la durée de vie des produits et des rythmes de renouvellement, impossibles à saisir à partir d'une telle source.

Ces documents permettent en réalité de connaître la *possession*, voire l'usage, des biens – ce qui est déjà beaucoup – mais pas le *niveau de consommation*¹⁵. Quelle part des biens disponibles dans les inventaires résulte-t-elle de l'accumulation par les familles au fil du temps ? Quelle part provenait-elle d'héritages ou de dons ? Même si les auteurs de ces travaux ont conscience de ces difficultés, et tâchent d'en tenir compte dans leurs analyses, il n'en est pas moins délicat de parler de « révolution de la consommation » sans indication sur la fréquence des achats de commodités, sur les rythmes de renouvellement des marchandises ou sur le niveau des achats. A cela s'ajoute le problème de la représentativité sociale des inventaires après décès collectés. Ces documents ne sont établis qu'en cas de contestation sur les biens des défunts par les ayants-droits : encore faut-il que les décédés laissent quelques effets après eux ! Le recours à une telle source exclut donc d'emblée les plus pauvres, et contraint à restreindre les analyses, pour l'essentiel, aux catégories moyennes de la population. Ainsi, comment interpréter les données relativement peu nombreuses sur les manouvriers, les journaliers et autres catégories inférieures de la population que l'on retrouve dans les inventaires ? Sont-ils des exceptions parmi leurs congénères, ou bien sont-ils représentatifs de l'ensemble d'un milieu social ? Il est difficile dans ces conditions de parler d'extension sociale de la consommation, quand les plus pauvres échappent au champ d'observation : au mieux, ces sources parlent-elles pour les catégories déjà les mieux dotées en début de période. Une approche chiffrée de l'extension effective de la consommation et du

¹³ Joan THIRSK, *Economic Policy and Projects: the Development of a Consumer Society in Early Modern England*, Oxford, Clarendon Press, 1978 ; Maxine BERG, *The Age of Manufactures: Industry, Innovation and Work in Britain 1700-1820.*, Totowa (N.J.), Barnes & Nobles books, 1985.

¹⁴ Micheline BAULANT, « L'appréciation du niveau de vie. Un problème, une solution », *Histoire et Mesure*, 4-3/4, 1989, pp. 267-302 ; Id., « Niveaux de vie paysans autour de Meaux en 1700 et 1750 », *Annales ESC*, 30-2/3, 1975, pp. 505-518.

¹⁵ « Il est difficile de savoir si la consommation de produits nouveaux comme le café s'est aussi répandue dans les villages de plaine sans industrie domestique à la fin du XVIIIe siècle. De plus, il est presque impossible de dater avec précision la diffusion de ces nouvelles modes. Une analyse systématique des inventaires après décès pourrait être décevante : si par exemple les gens n'acquiescent pas de nouveaux récipients adaptés mais transforment l'usage d'anciens, comme pour les chaudrons à fromage dans lesquels on cuit le café, les inventaires après décès ne nous diront rien de sa diffusion. », Anne RADEFF, *Du café dans le chaudron. Economie globale d'Ancien Régime (Suisse Occidentale, Franche-Comté, Savoie)*, Lausanne, Société d'Histoire de la Suisse Romande, 1996, p. 353.

recours au marché au cours du XVIII^e siècle est donc, sur la base de ces documents, délicate et biaisée.

Nous considérons que c'est plutôt par l'étude de la mise à disposition des biens aux consommateurs qu'il est possible de saisir au mieux l'extension géographique et sociale réelle de la consommation au XVIII^e siècle et ses dynamiques. Une part importante des biens dont disposaient les ménages, et que l'on retrouve dans les inventaires après décès, provenaient d'héritages, de dons ou encore de transferts entre groupes familiaux comme les dots¹⁶. Ces circulations de marchandises n'exprimaient donc pas véritablement des préférences personnelles, ne constituaient pas une demande venant solliciter une offre sur un marché de produits, et témoignaient surtout d'une accumulation de biens sur plusieurs générations : on ne peut dans aucun de ces cas parler de consommation au sens « consumériste » du terme¹⁷. Cette dernière ne concerne en fait que les biens acquis dans la sphère marchande auprès d'artisans et de commerçants. Du point de vue de l'analyse économique, elle participe de la demande, à laquelle une offre élaborée par les producteurs marchands s'efforce de répondre. Si comme l'écrit Patrick Verley « la consommation ne peut se développer en l'absence d'un réseau d'*intermédiation* qui permette aux consommateurs de connaître les marchandises et d'y accéder »¹⁸, l'étude des marchands présents sur un territoire donné sur une période donnée permet de mettre en évidence adéquatement les mutations de la consommation. L'accroissement du nombre des artisans et des marchands sur le territoire, la diversification de leurs activités et la hausse de leur volume d'affaires sont donc des signes tangibles de l'extension de la consommation au sens « consumériste ».

Une approche alternative des pratiques de consommation : les marchands et la mise à disposition des biens

Une telle approche ne va cependant pas de soi, et doit être justifiée. La densification de l'équipement en commerçants et en artisans témoigne de l'extension du rôle du marché dans l'allocation des biens : sur un même territoire, à quantité de biens consommés équivalente entre deux dates, un équipement commercial et artisanal plus étendu témoigne d'un recours accru au marché et d'une place plus limitée de l'autoconsommation ou des circulations non-marchandes des biens. Dans un contexte d'accroissement de la quantité des biens utilisés cependant, l'extension de l'équipement commercial et artisanal suggère que le secteur marchand a accompagné l'essor de la quantité de biens disponibles – sans pour autant devenir hégémonique ou se substituer aux autres circuits de diffusion. Dans les deux cas de figure évoqués, on a affaire à une acculturation croissante des populations aux marchés de consommation, et donc à un essor de la consommation – au sens de *pratiques consuméristes*.

Pourquoi cependant privilégier une étude du commerce et des commerçants, et négliger les artisans ? La circulation marchande portée par les producteurs artisanaux était en effet très importante, et les productions manufacturières destinées aux marchés locaux étaient

¹⁶ Maurice AYMARD, « Autoconsommation et marchés », *Annales ESC*, 6, 1983, pp. 1392-1410.

¹⁷ Paolo MALANIMA, « Types de circulation textile d'Ancien Régime : l'exemple toscan (XVII^e et XVIII^e siècles) », in Jacques BOTTIN et Monique PELLEGRIN (éd.), *Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle*, *Revue du Nord*, Hors-série n° 12, 1996, pp. 215-225, en particulier p. 225. « Le concept de marché est largement insuffisant pour l'étude des réseaux d'échanges du monde préindustriel. La réalité de l'échange textile nous met en effet en présence de différents types de circulation qui ne correspondent qu'en partie à l'échange mercantile. Malheureusement, les historiens ont presque toujours concentré leur attention sur le niveau supérieur de la circulation, le niveau mercantile, qui est le plus documenté. Mais cela ne donne de la réalité du monde préindustriel qu'une image lacunaire : les niveaux plus profonds de la circulation sans monnaie et du petit échange rural restent à découvrir ». Du même : *Il lusso dei contadini. Consumi e industrie nelle campagne tuscolane del sei e settecento*, Bologne, Il Mulino, 1990.

¹⁸ VERLEY, *L'échelle du monde*, p. 12.

encore puissantes au XIXe siècle¹⁹. Les consommateurs avaient en effet la possibilité d'accéder aux biens par différents canaux : l'artisanat, les fabriques locales (en *Verlags-* ou *Kaufssystem*) ou les intermédiaires commerciaux²⁰. Concrètement, les consommateurs pouvaient s'approvisionner directement auprès des producteurs artisanaux locaux (circuit 1), auprès des marchands-fabricants collectant les productions locales (circuit 2) ou encore auprès des marchands « merciers », simples revendeurs de biens fabriqués ailleurs et par d'autres (circuit 3)²¹. En vérité, aucun des circuits de diffusion des biens présentés ici n'a la même signification économique, et c'est en définitive toute la question de la *fonction* des intermédiaires commerciaux – c'est-à-dire de la place qu'ils occupent dans l'allocation des biens – qui est posée²².

Le plus significatif des transformations des habitudes de consommation est le circuit 3, animé par les boutiquiers et les commerçants ambulants. Dans le cas des étoffes par exemple, l'autoproduction des étoffes ou d'autres accessoires ne peut sauf exception que donner lieu à des productions de piètre qualité, un ménage ne pouvant avoir une égale habileté dans la confection de tous ses produits de consommation. De la même manière, les tisserands présents dans la plupart des localités produisent, sauf dans les lieux de fabriques exportant hors du petit pays, des marchandises de qualité médiocre, destinées à une consommation courante, répondant à des besoins de première nécessité. Le marchand met quant à lui à disposition des consommateurs des marchandises « foraines », presque toujours neuves, non disponibles chez les producteurs locaux²³. Il n'est généralement pas associé à la

¹⁹ Idée que l'industrialisation des sociétés s'est faite pour une bonne part par le développement des petites unités de production. Voir les travaux des historiens américains ZABEL, PIORE et ZEITLIN qui insistent sur la vitalité des petits centres industriels (dans la RI), qui ne visent pas forcément une production massive : Charles F. SABEL et Jonathan ZEITLIN, « Historical alternatives to mass production : politics, markets and technology in 19th Century industrialization », *Past & Present*, 108, 1985, p. 133 à 176. Sur les fabriques locales, voir deux numéros de la *Revue du Nord* : tome 61, n° 240 (janvier 1979) sur les industries rurales en économie d'Ancien Régime (sous la direction de Pierre DEYON) ; tome 63, n° 248 (janvier 1981) sur la proto-industrialisation (également sous la direction de Pierre DEYON) ; voir aussi : Claude CAILLY, « Structure sociale et consommation dans le monde proto-industriel rural textile : le cas du Perche ornais au XVIIIe siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 45-4, 1998, pp. 746-774 ; Marco BELFANTI, « Fashion and innovation: the origins of the Italian hosiery industry in the 16th and 17th Centuries », *Textile History*, 27, 1996, pp. 132-147 ; Joan THIRSK, « The fantastic folly of fashion: the English stocking knitting industry, 1500/1700 », in *The Rural Economy of England: Collected Essays*, London, 1984

²⁰ « Il faut donc inclure dans le secteur des échanges, sous l'Ancien Régime, des groupes de plus en plus larges d'individus. Au cœur, ceux qui font du commerce l'essentiel de leurs activités : les marchands, les merciers, les boutiquiers, les colporteurs. Ensuite, ceux qui travaillent dans le secteur de l'alimentation et du logement : aubergistes, bouchers, boulangers. Puis, les artisans, qui vendent eux-mêmes ce qu'ils fabriquent. Enfin, les paysans, éleveurs, vigneron ou céréaliculteurs, qui courent les foires et les marchés quand les acheteurs ne se déplacent pas jusque dans leurs fermes. », RADEFF, *Du café dans le chaudron* p. 146.

²¹ Un problème avec les questions de demande et de consommation tient au fait que les objets ont une « vie sociale » (Arjun APPADURAI, *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, University Press, 1988) et qu'ils changent plusieurs fois de main : importance des circuits de revente, de la deuxième main ... Sur ces questions, voir : Beverly LEMIRE : « Consumerism in preindustrial and early industrial England: the trade in second-hand clothes », *Journal of British Studies*, XXVII, 1988, pp. 1-24 ; Id., « Peddling fashion: salesman, pawnbrokers, tailors, thieves and the second-hand clothes trades in England, c. 1700-1800 », *Textile History*, XXII, 1, 1991, pp. 67-82 ; Laurence FONTAINE (éd.), *Alternative Exchanges: Second-hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present*, Oxford, Longham, 2008.

²² Sur les notions de « fonction » et de « niveau », voir : Henri LEFEBVRE, *L'idéologie structuraliste*, Paris, Seuil, 1975

²³ Claude QUIN, *Physionomie et perspectives d'évolution de l'appareil commercial français*, Paris, Gauthier-Villars, 1964 : « Considéré au sens étroit du terme, l'appareil commercial groupe exclusivement des établissements dont l'activité est axée sur la revente de produits achetés en l'état ou transformés dans l'établissement lui-même en vue de la vente à emporter, et qui ne subissent ainsi que des modifications mineures (mélange, conditionnement, retouches, etc.). Dans cette perspective, sont exclus des activités commerciales de définition étroite : les établissements commerciaux ayant une activité de production (boulangerie, pâtisserie,

commercialisation des productions locales, directement accessibles chez les producteurs, ou vendues sur les foires ou les marchés²⁴. Les marchandises qu'il diffuse ont été collectées par des marchands-grossistes des principales localités de sa région d'activité, voire sont directement importées par lui²⁵. Dans tous les cas, le marchand intègre ses espaces d'activité à des circuits de diffusion des marchandises plus vastes – d'envergure régionale ou interrégionale. Le corolaire de cette provenance lointaine des marchandises diffusées est que les marchands détaillants comme les consommateurs finaux ont peu de prise sur les caractéristiques des produits disponibles dans les boutiques : la qualité des produits est définie ailleurs, et est soumise à des effets de renouvellement et de mode dont l'initiative se trouve chez les marchands-fabricants de régions éloignées²⁶.

En fin de compte, le marchand contribue à créer une offre locale large et diversifiée, soumise à des renouvellements fréquents : étant en relation avec les aires de production des marchandises, il est à même de faire parvenir dans les localités qu'il dessert des biens à la dernière mode. Le marchand est un porteur de nouveauté et de diversité, et est de ce point de vue un vecteur d'essor des pratiques consuméristes. Étudier les marchands, leur répartition sur le territoire, leur nombre, leurs spécialités, c'est donc prendre une première mesure de l'extension et de la diversification des besoins des populations : l'accroissement du nombre et de la taille des boutiques ou des marchands de passage dans une localité est ainsi le signe de l'essor de la demande en produits neufs, nouveaux et diversifiés. Parmi les activités liées à la circulation des marchandises, il semblerait d'ailleurs que le commerce connaisse au XVIIIe siècle de grandes mutations – notamment une démultiplication des spécialisations de ses acteurs. A cet égard, il est bien plus dynamique et innovant que la production artisanale, dont les spécialisations et les manières de produire restent stables pendant tout le siècle²⁷. Qu'il

charcuterie, etc.) ; les débits de boissons et l'hôtellerie ; les prestataires de services du secteur tertiaire (salon de coiffure, institut de beauté, bains-douches, blanchisserie, teinturerie, herboristerie, cordonnerie, etc.) ; les intermédiaires et auxiliaires du commerce (commissionnaires, courtiers, représentants, publicistes, experts, etc.) Une conception plus large incorpore à l'appareil commercial les différentes activités précédemment exclues », p. 23. L'étude de l'appareil commercial lorrain au XVIIIe siècle fera apparaître, tout au moins dans les villages, l'importance du commerce de détail comme activité et mode d'accumulation annexe (« by-occupation ») pour bon nombre de travailleurs de la terre ou d'artisans. L'analyse des pratiques de divers types d'intermédiaires commerciaux est indispensable à l'étude des filières commerciales.

²⁴ Jacqueline BEAUJEU-GARNIER et Annie DELOBEZ, *La géographie du commerce*, Paris, Masson, 1977, « Le type élémentaire met en rapport direct le producteur vendeur et le client consommateur ; les transactions sont généralement de faible ampleur, l'immobilisation des capitaux nulle, les transports limités et étendue et en quantité (...) Le second type suppose l'existence d'au moins un échelon intermédiaire correspondant à la fonction de groupage. Il offre de larges variantes depuis le grossiste-revendeur qui ramasse une production dispersée et la revend lui-même à la prochaine ville jusqu'au double mécanisme, d'abord de concentration, parfois successive, aboutissant à un exportateur, puis de distribution partant d'un importateur unique pour aboutir à une diffusion étalée. La succession des opérations, toutes commerciales, associées aux transports accumule les marges bénéficiaires sur un même et identique produit que valorise seulement un simple conditionnement et le fait de passer d'une zone de production diffuse (...) à une zone de commercialisation fréquemment plus structurée », p. 15.

²⁵ BEAUJEU-GARNIER et DELOBEZ, *La géographie du commerce* : « Si la différence est forte et le désir puissant, l'intensité des échanges sera maximisée en cas de faible éloignement ; dans le cas contraire, la distance pourra intervenir comme un correctif important. Bien entendu, il ne s'agit pas d'une distance simple mais de toutes les sophistications qui peuvent peser sur ses effets ou les atténuer : la rugosité de l'espace physique, la qualité des moyens de communications, la cherté des coûts de transport et même les coupures idéologiques, les préjugés sociaux, les comportements de classe », p. 10.

²⁶ Line TEISSEYRE-SALLMANN, *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc : XVIIe-XVIIIe siècles*, Paris/Genève, Honoré Champion/Droz, 1995 ; Carlo PONI, « Mode et innovation : les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIIIe siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1998, 45-3, pp. 589-625.

²⁷ « En même temps qu'ils résistent mieux, les services sont aussi le domaine de partitions et d'innovations appréciables. Il est vrai que l'armée et ses activités de maintenance comptent beaucoup ; pourtant lors même qu'elles seraient entièrement négligées, la créativité des services serait encore équivalente à celle de la production grâce aux autres rubriques chargées comme les transports, l'hygiène, l'enseignement. Il est difficile

s'agisse de devancer la demande des consommateurs ou simplement d'y répondre, ces mutations semblent témoigner de l'émergence d'une culture de marché, largement favorisée par les transformations intervenant dans la sphère du commerce.

La desserte commerciale des territoires : l'appareil commercial

Le niveau géographique le plus pertinent pour l'analyse de l'équipement commercial et de ses mutations au cours du XVIII^e siècle nous semble être celui d'un territoire assez vaste et intégré, incluant des agglomérations de taille et de fonction économique différenciée. Dans les sociétés européennes du XVIII^e siècle, où près de neuf habitants sur dix vivaient à la campagne, la hausse de la demande et les transformations des pratiques de consommation, pour être décisives, devaient impliquer les populations rurales : notre étude de la dotation commerciale doit donc englober les villes, les bourgs et les campagnes – et en aucun cas se limiter aux plus grandes cités.

Le rapport des populations aux marchés de biens de consommation était sans doute bien différent entre les villes et les autres agglomérations. Dans les premières sont en effet surreprésentées les populations solvables disposant de grandes capacités de consommation : les grands rentiers du sol, nobles, clercs ou roturiers, y résident, de même que nombre de marchands ou de professions libérales à hauts revenus. De plus, les villes, pôles de coordination des échanges et de la circulation, points de rupture de charge, centres locaux ou régionaux du commerce de gros ou de demi-gros, sont bien mieux intégrées dans les circuits des marchandises et des informations que les campagnes : elles sont les lieux où la nouveauté surgit ou est diffusée de manière privilégiée. Par ailleurs, les villes comptent nombre d'artisans et de marchands, que l'on a vus être sensibles aux innovations de produits et aux effets de mode²⁸. Enfin, jouent en ville un certain nombre d'effets d'agglomération : les villes se caractérisent par la promiscuité des populations, par leur concentration, et sont de ce fait plus propices à la diffusion des innovations et aux effets d'imitation que les campagnes au peuplement plus homogène.

« La ville » n'est toutefois qu'une abstraction. Il faut en effet distinguer, comme le faisait déjà Cantillon, différents types de localités : villes de résidence aristocratique, villes commerçantes et manufacturières, chefs-lieux de petits pays ruraux, etc. Les différences de structure de la population résidente, le poids variable des élites sociales (et les dynamiques de distinction en leur sein), le poids des professions agricoles ou des métiers manufacturiers dans les agglomérations peuvent expliquer bien des différences dans la nature des consommations des villes. Cela nous amène à chercher des gradients dans la dotation commerciale des villes, et à distinguer l'équipement commercial spécifique de chaque type de localités²⁹. Par exemple, les explications fournies par les historiens pour rendre compte de l'évolution de la consommation au XVIII^e siècle insistent sur le rôle créateur et incitatif de l'appareil urbain de

d'échapper à l'impression provisoire qu'en l'absence de révolution des procédés de fabrication la société se subdivisait tout de même profondément. Ce serait en tout cas une illusion anachronique d'admettre que la multiplication et l'interdépendance des services fût le fruit unique de l'industrialisation, selon le schéma qui fait découler de nos jours le gonflement des activités tertiaires de la maturité de la production. Il est plus fructueux de se demander à rebours dans quelle mesure le raffinement des fonctions d'échange et d'encadrement de la société n'a pas entraîné le passage de l'atelier à la fabrique. La division du travail dans les services (notamment les transports et le négoce) pourrait être alors une des formes préliminaires de celle de la production. », Jean-Claude PERROT, *Genèse d'une ville moderne. Caen au XVIII^e siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1975, p. 330.

²⁸ Maxine BERG, "New commodities, luxuries and their consumers", in Maxine BERG & Helen CLIFFORD (ed.), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, UP, 1999, pp. 63-82.

²⁹ Sur ces questions, voir en particulier : Brian BERRY, *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Armand Colin, 1971

distribution des marchandises³⁰. Celui-ci marque de son empreinte les quartiers « à la mode » fréquentés par les aristocrates, les bourgeois « élégants » et les quelques autres franges de la société participant de manière plus ou moins marquée à la consommation sous ses formes modernes. Ces marchands déploient des stratégies de séduction pour attirer les chalands, pousser à l'achat et susciter l'envie de renouvellement, tant dans leur apparence vestimentaire que dans l'équipement et l'agencement de la boutique (vitrines, exposition des modèles, propreté, etc.)³¹. Le *shopping* et sa naissance ont sans doute contribué à la stimulation de la consommation chez les élites des grandes villes : les développements des auteurs cités sont à cet égard assez convaincants. Mais quelle est l'extension effective de ces pratiques ? La vitrine, l'agencement avec goût, d'autres moyens encore d'appâter le chaland, sont-ils universellement répandus, ou ne sont-ce que des innovations propres aux grandes capitales ou aux villes de résidence des élites des provinces ?

Les villes, quelle que soit leur taille, exercent quoi qu'il en soit un rayonnement sur leurs environs ou sur les localités de rang inférieur, contribuant notamment à la diffusion de marchandises et de pratiques culturelles³². Les petits « pays » forment des unités de vie, au sein desquels les relations sont fréquentes, les interactions étroites : une bonne partie des ruraux se rend à la ville proche pour vendre une partie de ses productions ou pour mettre ses bras au service des employeurs urbains³³. La fréquentation des villes est donc une donnée fondamentale de la vie élémentaire de relations : une bonne partie des ruraux voit régulièrement des boutiques, des marchands, des produits – et se trouve même en mesure d'y faire quelques emplettes. Le cloisonnement entre les villes et les campagnes est ainsi loin d'être absolu. Par ce rayonnement et les interactions constantes entre les villes et les espaces environnants, il n'est pas surprenant que les différences entre les produits consommés dans les espaces urbains et ruraux d'une même région soient limitées.

Elles n'en sont pas moins réelles, ce qui laisse supposer que les pratiques de consommation des ruraux différaient de celles des urbains. Il se peut fort que les marchands des campagnes n'aient pas mis à disposition de leurs consommateurs exactement les mêmes produits que ceux des villes, relayant notamment avec retard les innovations de produit. On peut s'interroger en outre sur leur rôle dans l'essor de comportements consuméristes : se sont-ils par exemple efforcés d'améliorer l'agencement de leurs boutiques ? Ont-ils tenté de promouvoir leurs produits par des pratiques de vente innovantes comme les prix fixes ?³⁴ Il se peut cependant que les boutiques les mieux agencées ne soient pas les aiguillons les plus décisifs du désir de consommer : par sa simple présence, notamment dans les villages, la boutique stimule en effet la consommation et diffuse la nouveauté. Il se peut que par le seul essor du nombre de points de vente, la démultiplication des types de marchands (revendeurs, ambulants, boutiquiers plus ou moins spécialisés) ait favorisé une accoutumance des

³⁰ Claude QUIN, *Physionomie et perspectives d'évolution de l'appareil commercial français*, « Le commerce n'intervient plus, comme on l'a cru longtemps, uniquement pour satisfaire des besoins préexistants en rapprochant une demande déjà formulée et une offre manifestée. Il a aussi pour mission de provoquer une demande nouvelle, donc de susciter des besoins », p. 11.

³¹ Natacha COQUERY, *Tenir boutique à Paris au XVIIIe siècle : luxe et demi-luxe*, Paris, Editions du CTHS, 2011.

³² Bernard LEPETIT, *Les villes dans la France moderne : 1740-1840*, Paris, Albin Michel, 1988 ; Brian BERRY, *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Armand Colin, 1971 ; Philippe AYDALOT, *Economie régionale et urbaine*, Paris, Economica, 1985.

³³ Christopher CLARK, *The Roots of Rural Capitalism: Western Massachusetts 1780-1860*, Ithaca, Cornell University Press, 1990.

³⁴ Claude QUIN, « Si le commerce ne réussit pas à assurer la distribution d'articles produits en quantités de plus en plus considérables et s'il en ralentit l'écoulement par une organisation anachronique, il apparaît comme un frein au développement économique. A l'inverse, une distribution de masse, suffisamment souple et efficace, prolonge les réalisations de l'industrie et concourt à ses progrès », *Op. cit.*, p. 11.

populations à la circulation des marchandises et à la nouveauté³⁵. Sans que les quantités mises en circulation soient considérables, la simple exposition fréquente de marchandises au regard des consommateurs peut constituer une forme d'acculturation des populations et d'adoption d'une culture de marché. S'il est bien évident que les campagnes n'étaient pas totalement coupées de l'économie marchande, et qu'elles y étaient même de plain-pied – ne serait-ce que pour la vente de produits du sol sur les marchés des bourgs et des villes –, leur participation à la consommation de commodités est en tout cas bien moins connue. Il est donc fondamental de pouvoir préciser leur niveau de participation à la circulation de ces marchandises, dont la présence de boutiques dans les villages est un signe tangible. Il faut quoi qu'il en soit s'interroger sur les différences de pratiques marchandes entre les localités, tant du point de vue des marchandises mises à disposition des consommateurs que des techniques de vente.

Nous nous proposons dans ce travail d'étudier l'infrastructure commerciale d'un territoire donné, ce qu'économistes et géographes ont pris l'habitude de désigner sous le nom d'*appareil commercial* régional. Comme l'écrit Claude Quin, « l'activité commerciale est (...) inséparable de l'appareil de distribution qui lui confère existence ; on ne peut étudier l'une sans connaître l'autre. Aussi peut-on définir l'appareil commercial (...) comme l'ensemble des entreprises et établissements qui, par le moyen d'achats aux producteurs nationaux ou étrangers et de ventes successives à l'intérieur du territoire national, mettent les biens et les services à la disposition des consommateurs dans des conditions conformes à leurs besoins. »³⁶ Cette notion permet de penser conjointement quatre grands ordres de faits :

a) les hiérarchies et les filières commerciales, c'est-à-dire la place occupée dans les circuits de redistribution des marchandises par les commerçants : fonction de gros et/ou de détail, coordination ou non d'opérations de production, etc. Selon la place dans les hiérarchies et filières, les marchands peuvent être amenés à exercer des activités plus ou moins complexes de coordination entre espaces ou entre marchands : ils sont ainsi tributaires de marchands situés plus en amont dans les circuits d'acheminement – c'est le cas des détaillants vis-à-vis des différents grossistes, mais aussi de ceux-ci par rapport aux marchands-fabricants³⁷ ;

b) les spécialisations et les niveaux d'activité des différents types de commerçants, c'est-à-dire le degré de complexité de leurs affaires, la nature de leur implication dans la marchandise (combinaisons d'activités, diversité des assortiments de marchandises vendues), et le volume des opérations pratiquées ;

c) les niveaux d'équipement des localités, et la diversité des profils marchands que l'on y retrouve ;

d) le rôle d'équipements commerciaux comme les marchés et les foires dans la mise à disposition des biens aux consommateurs finaux. Ces institutions, fréquentées par des commerçants extérieurs à la localité, permettent en effet d'accroître de manière périodique l'offre disponible dans les territoires concernés. L'extension du semis de foires et de marchés au fil du siècle peut être le signe d'une volonté de captation de flux commerciaux par les populations locales, en vue de satisfaire un désir de consommation.

³⁵ Margaret SPUFFORD, *The Great Reclothing of Rural England: Petty Chapmen and their Wares in the 17th Century*, London, 1984 ; Joel MOKYR, "Demand vs. supply in the Industrial revolution", *Journal of Economic History*, 37-4, 1977, pp. 981-1008.

³⁶ Claude QUIN, *Physionomie et perspectives d'évolution de l'appareil commercial français 1950/1970*, p. 15.

³⁷ Les travaux de David HANCOCK mettent bien en évidence, au niveau du grand commerce atlantique, ces problèmes de coordination entre maillons des chaînes de distribution des produits (*Oceans of Wine : Madeira and the Emergence of American Trade and Taste*, New Haven (Conn.), Yale University Press, 2009 ; *Citizens of the World: London Merchants and the Integration of British Atlantic Community, 1735-1785*, Cambridge, University Press, 1995).

Les pratiques de consommation étant essentiellement observables lors de la vente des biens, nous étudions ici l'extension et les transformations de l'appareil commercial d'un territoire donné pendant tout le XVIII^e siècle. Nous faisons le choix de limiter notre étude aux marchands de commodités - biens de consommation durables ou, en matière alimentaire, *new items* comme les produits d'épicerie - biens censés être les plus représentatifs de la « révolution de la consommation ». Nous n'incluons pas dans notre étude les marchands d'autres denrées alimentaires, qui s'appuient sur des filières commerciales spécifiques liées à la production agricole, et dont la consommation n'est pas représentative de l'essor de nouvelles pratiques consuméristes. Nous excluons également de notre champ de recherche les marchands-fabricants, qui ne visent pas tant à approvisionner la consommation locale qu'à produire pour l'exportation hors du petit pays ou de la région³⁸.

Notre hypothèse est que l'entrée de la population dans l'âge de la consommation marchande, qui se traduit notamment par le recul de l'autoconsommation et la tendance au renouvellement fréquent des biens, nécessite une desserte commerciale dense. Celle-ci ne peut être assurée que par un appareil commercial hiérarchisé, articulé et diversifié, éventuellement modulé par les axes de communication. Si l'appareil commercial de notre région d'observation évolue au cours du XVIII^e siècle en ce sens, on peut conclure à une commercialisation croissante des pratiques de consommation. Les signes concrets de ces mouvements sont, outre l'accroissement du volume de marchandises en circulation, l'essor du commerce périodique, l'accroissement du nombre de commerces fixes, la démultiplication du nombre de marchands, la diversification de leurs activités et la hiérarchisation des acteurs du commerce entre eux.

Vers un modèle régional de fonctionnement et d'évolution de l'appareil commercial : le haut bassin de la Moselle

Si l'approche territoriale doit être privilégiée pour l'étude de l'organisation et de l'équipement commerciaux, il convient de choisir un « espace-test » pertinent pour vérifier nos hypothèses. Celui-ci doit tout d'abord être relativement uniforme d'un point de vue socio-économique : si l'espace étudié rassemble des zones présentant des écarts de richesse et de développement trop marqués, il est impossible de trouver des principes de localisation des marchands ou des installations commerciales valables à l'échelle du territoire tout entier. Dans le même temps, la zone étudiée doit être suffisamment différenciée pour rassembler des régions et des agglomérations aux profils divers, et nous permettre d'étudier les dénivellations locales des équipements commerciaux. Dans les économies préindustrielles, c'est à l'échelle de régions de taille moyenne que l'on trouve à la fois une telle intégration économique et une telle diversité des profils de localités. Nous menons notre étude à l'échelle du haut bassin de la Moselle, soit la Lorraine méridionale, qui répond aux conditions ici posées tout en étant largement ouvert à des flux de marchandises de toute nature.

Une étude à l'échelle d'une « méso-région » (Maarten Prak)

³⁸ GORISSEN, Stefan *Vom Handelshaus zum Unternehmen. Sozialgeschichte der Firma J.C. HARKORT 1720-1820*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 2002. Type du marchand non-producteur (le « seulement marchand »), p. 370. Pas de part directe dans la production. Cas des grands marchands des grandes places de commerce des villes portuaires ou de l'intérieur des terres. «Auch in kleineren Territorialstädten existierte im 18. Jahrhundert eine Gruppe von Fernhändlern, die sich hier der Versorgung eines Nahbereichs widmete und die Anbindung der Region an die grossen Handelszentren sicherstellte. Grundlage ihres Geschäfts waren oft weitreichende Handelsbeziehungen und stabile, häufig über mehrere Generationen hinweg auf- und ausgebaute Handelskontakte, die Territorial-, zuweilen auch Kontinentalgrenzen überspringen könnten», p. 370. Il faut y adjoindre tous les marchands de détail, de quelque envergure qu'ils soient, p. 370.

L'étude de l'appareil commercial d'un territoire, de ses dénivellations locales, et de ses évolutions dans le temps n'a de sens que sur un espace relativement homogène du point de vue de ses caractéristiques économiques et sociales. Si en effet le territoire étudié rassemble des espaces trop disparates, il est impossible de trouver un ensemble uniforme de principes de localisation, c'est-à-dire de normes d'installation des activités et des équipements sur un territoire. De plus, des espaces très différenciés présentent au fil du temps des évolutions divergentes. Notre étude doit donc être menée à l'échelle d'une région relativement homogène, marquée par des caractéristiques communes en termes de base économique, de richesse, d'extension du tissu urbain, de culture et de mode de vie ou encore d'intégration dans les flux interrégionaux de marchandises.

Il ne nous semble pas abusif de parler de région dans le cadre d'une étude historique sur les espaces économiques préindustriels. Plusieurs travaux, aux visées bien différentes, ont mis en évidence l'existence de territoires relativement étendus aux caractéristiques socioéconomiques les distinguant des espaces voisins. Dans les travaux sur la proto-industrie, il s'agit d'espaces productifs marqués par la surreprésentation des activités artisanales dans les campagnes, par les hauts rendements de l'agriculture et l'importance des relations de marché dans la vie sociale. Ces espaces sont fortement polarisés autour de quelques bourgs et quelques villes, dont les marchands assurent la mise à disposition des matières premières, la collecte, le traitement et l'exportation des productions. Dans les recherches sur l'histoire de la consommation, les travaux de Weatherill sur l'Angleterre du début du XVIII^e siècle font apparaître la grande diversité des profils régionaux de consommation, qui dépendent directement du niveau de développement économique des territoires et de leur insertion dans la circulation des marchandises : les familles du sud-est de l'Angleterre sont ainsi de loin mieux équipées et intégrées dans les circuits de consommation que celles du Cumberland, région agricole pauvre du nord-ouest. Celles du nord-est du pays s'alignent progressivement sur les habitudes de consommation du sud-est, du fait sans doute de leurs relations étroites avec Londres. Les habitudes de consommation et la diffusion des nouveautés seraient donc – tout du moins à l'époque moderne – très segmentées géographiquement. Toutes ces études mettent en évidence l'existence d'espaces de taille intermédiaire présentant un certain nombre de caractéristiques communes, et pouvant atteindre plusieurs dizaines de milliers de km² : ceux-ci correspondent aux « méso-régions » s'étendant sur 10 ou 20.000 km² mises en évidence par Maarten Prak³⁹. Les combinaisons de facteurs économiques, sociaux et culturels que présentent chacun de ces territoires expliquent leurs destins divergents : de fait, l'industrialisation de l'Europe de l'ouest à partir des années 1750 ne se fait pas de manière uniforme, mais se cristallise autour de quelques foyers régionaux dotés de caractéristiques bien marquées⁴⁰. Qu'elle soit à prédominance agricole ou marquée par une forte production manufacturière, la région « préindustrielle » est dotée d'une « autonomie économique » et se trouve être le lieu de « phénomènes de composition » particuliers, qui la rendent distincte de ses voisines, et qui lui fait connaître des conjonctures économiques particulières⁴¹.

³⁹ Maarten PRAK, "La regioni nella prima età moderna" dans *Proposte e ricerche. Economia e società nella storia d'Italia centrale*, 35, 1995, p. 12 à 14 ; Tom SCOTT, *Regional Identity and Economic Change. The Upper Rhine, 1450-1600*, (Oxford U.P), 1997, p. 1 à 13.

⁴⁰ Maxine BERG et Pat HUDSON, "Rehabilitating the Industrial Revolution", *Economic History Review*, XLV-1, 1992, pp. 24-50.

⁴¹ A la rigueur, dans le cas lorrain qui nous occupera ici, ce n'est sans doute pas avant les années 1770 et l'essor de manufactures destinées à desservir une demande locale massive en commodités que l'on pourra parler de région économique si, comme Bernard Lepetit on entend par là un espace où « les rythmes et les modalités de la croissance économique (...) dépendent des phénomènes de composition dont (il) est le lieu » (Bernard LEPETIT, « Deux siècles de croissance régionale en France : regards sur l'historiographie », in *La croissance*

L'intégration économique des régions n'exclut pas de fortes différenciations internes : certaines sous-régions peuvent ainsi être plus riches que d'autres, et plusieurs localités concentrer des activités polarisantes. Qu'entendre par là ? Parmi l'ensemble des activités socioéconomiques, nombre d'entre elles sont présentes de manière étale sur l'ensemble du territoire : ce sont les plus élémentaires. Dans les économies préindustrielles de l'Europe occidentale, la majeure partie des activités agricoles ou manufacturières étaient en fait destinées à satisfaire la consommation domestique, locale ou éventuellement micro-régionale (à l'échelle des petits « pays »). Certaines activités par contre correspondent à des biens ou des services plus rares, qu'ils soient moins demandés ou réservés à une population spécifique : c'est le cas sans doute des marchands de commodités, en particulier les plus raffinées. Ainsi, la distribution des biens ou la prestation des services dans un espace donné s'organisent autour d'un certain nombre de points, appelés pôles, qui assurent la desserte des environs. Ces pôles, notamment les pôles commerciaux, contribuent à l'uniformisation régionale : tout en étant mieux équipés que le reste du territoire, ils y assurent la diffusion des biens et des services, permettant ainsi l'intégration régionale des marchés de consommation. Les travaux de Lorna Weatherill déjà cités montrent ainsi que les différentiels de possession des biens entre les villes et les campagnes d'une même région étaient réels, sans pourtant être considérables : c'est essentiellement depuis la ville que les marchandises se diffusaient jusque vers les campagnes, par l'intermédiaire des marchands et des autres acteurs de la circulation des marchandises.

En définitive, on peut considérer que l'espace pertinent pour mener une enquête sur l'évolution de l'appareil commercial au XVIII^e siècle est la « méso-région », qui correspond à un territoire de 20.000 km² environ. On peut le définir comme un territoire relativement homogène quant à son fonctionnement économique, où les flux de marchandises, d'informations ou de capitaux se voient coordonnés par un certain nombre de localités faisant fonction de pôles. Fernand Braudel, qui utilise le terme de province pour qualifier ces espaces, évoque à leur propos « une certaine cohérence intérieure, et la faculté de se comporter comme un ensemble vis-à-vis du reste du monde », soulignant que les espaces et marchés provinciaux « comporte(nt) des régions et des villes dominantes, des « pays » et des éléments périphériques, des zones plus ou moins développées, d'autres presque autarciques. Et c'est d'ailleurs de ces diversités complémentaires, de leur éventail ouvert que ces assez vastes régions tiraient leur cohérence. Au centre donc, toujours une ville ou des villes qui imposent leur prééminence. »⁴² Il convient cependant de préciser que le niveau d'intégration, de cohérence intérieure et de polarisation de ces « régions d'Ancien Régime » était sans doute différent de celui des territoires de taille équivalente des économies capitalistes avancées⁴³. Dans les régions actuelles, la polarisation commerciale se fait autour de quelques villes ou de quelques bourgs disposant d'un appareil commercial étoffé, mettant à disposition d'une vaste aire de chalandise des biens de consommation diversifiés : les campagnes et même les bourgs ont des appareils commerciaux très limités voire inexistant, les populations de ces localités se rendant à la ville ou au bourg commerçant le plus proche pour effectuer leurs achats courants. Dans les économies préindustrielles, du fait de la relative autosuffisance des populations, de la présence d'artisans dans les villages et de la longueur des trajets, l'attraction commerciale directe exercée par les villes et les bourgs sur les populations se limitait à quelques produits plus ou moins rares non disponibles localement. La fonction

régionale dans l'Europe méditerranéenne (18^e-20^e siècles), Louis BERGERON (dir.), Paris, EHESS, 1992, p. 30).

⁴² Fernand BRAUDEL, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, tome 3 : *Le temps du monde : XVe-XVIII^e siècle*, Paris, Librairie Générale Française, 1993, p. 331 et 341.

⁴³ Paul CLAVAL, *Régions, nations, grands espaces. Géographie générale des ensembles territoriaux*, Paris, Editions M.-Th. Genin, 1968, pp. 310-375.

commerciale des villes et des bourgs vis-à-vis des campagnes, consistait en fait surtout en l'approvisionnement des marchands des villages, pour qui les commerçants des villes et des bourgs jouaient le rôle de grossistes ou de semi-grossistes. La polarisation commerciale des régions dans les économies préindustrielles était donc une réalité, mais ne concernait pas les mêmes acteurs que dans les régions polarisées actuelles.

Notre étude, menée dans un cadre régional, n'a pas d'ambition monographique. Une monographie se concentre sur une situation particulière étudiée pour elle-même. Notre recherche a pour sa part une visée totalisante : elle vise à mettre en évidence les transformations de l'appareil commercial au XVIII^e siècle à partir d'un « espace-test » susceptible de livrer des enseignements extrapolables à l'ensemble des économies régionales d'Europe occidentale de l'époque. Il convient donc d'étudier un territoire à la fois intégré d'un point de vue commercial, présentant des sous-régions aux caractéristiques les plus diverses possibles, polarisé par des villes et des bourgs de taille diverse, suffisamment riche pour que les populations aient un niveau de consommation élevé, et disposant d'une offre suffisamment diversifiée pour que des préférences personnelles puissent s'exprimer. Il convient maintenant de montrer en quoi l'étude du cas lorrain peut nous procurer une connaissance générale de la dotation commerciale des territoires en économie préindustrielle – dans les conditions particulières de la croissance économique du XVIII^e siècle, et d'une extension vraisemblable de la consommation de commodités -, et ouvrir à une réflexion, à l'échelle ouest-européenne, sur les différentiels régionaux d'équipement commercial.

La Lorraine : un espace d'observation pertinent

Peu de régions dans l'espace français disposent de sources aussi abondantes permettant l'étude de leur appareil commercial à l'époque moderne que la Lorraine – à part la Franche-Comté et le Dauphiné. Les autres gros fonds d'archives marchandes conservés à Paris, Lyon, Marseille ou Bordeaux, rassemblent des documents similaires ne concernant que ces seules places, et ne permettent donc pas une approche régionale. Bien que cruciales, ces considérations archivistiques ne peuvent fonder à elles seules le choix d'un terrain d'enquête. Du point de vue socioéconomique, les espaces lorrains présentent en réalité pour le XVIII^e siècle trois grandes caractéristiques concordant avec les nécessités de notre recherche : la diversité des territoires, leur profonde intégration économique et la complexité de leur appareil commercial.

1) Cherchant à étudier l'ampleur de la commercialisation de l'économie au XVIII^e siècle, et les éventuelles substitutions de productions domestiques par des produits issus des marchés, il est indispensable de se pencher sur la circulation de ces marchandises dans les campagnes. L'espace lorrain rassemble de ce point de vue des terroirs aux profils bien marqués : c'est ainsi une zone permettant le maximum d'observations possibles sur un espace assez ramassé.

La diversité régionale tient à la variété des espaces ruraux et à leur base économique différenciée. L'espace lorrain rassemble en effet des campagnes d'*openfield* sur le plateau central, appelé localement la « Plaine », par opposition à la « Montagne » - les Vosges et la Vôge – ainsi que des côtes à vocation viticole encadrant les vallées de la Moselle et de la Meuse⁴⁴. A chacun de ces types de paysages correspond une organisation spécifique de l'économie rurale. Au XVIII^e siècle, la Plaine est tournée vers la culture céréalière, que viennent compléter une viticulture d'appoint et une production manufacturière dispersée dans

⁴⁴ Marie-José LAPERCHE-FOURNEL, *L'intendance de Lorraine et Barrois à la fin du XVII^e siècle*, Paris, Editions du CTHS, 2006, pp. 163-187 (correspondant aux pp. 1-27 du « Mémoire » de l'intendant Desmarets de Vaubourg).

les environs de Mirecourt, Neufchâteau, Vic ou Longwy. L'agriculture de la Montagne est quant à elle tournée vers le bois et l'élevage. Tous les observateurs de l'époque insistent sur la complémentarité intra-régionale entre la Montagne et la Plaine, la première fournissant des bêtes, des laitages et du bois au reste de la Lorraine, en échange des grains des plateaux centraux. La Montagne dispose cependant d'une économie diversifiée : l'abondance de bois et les nombreux cours d'eau y ont favorisé l'installation « d'usines à feu » - essentiellement des forges - mais aussi de papeteries. La boissellerie constitue également pour les populations locales un revenu d'appoint non négligeable. Les côtes de la Moselle et de ses affluents, enfin, sont des espaces de production viticole souvent tournés vers l'exportation, en particulier dans le Barrois⁴⁵. Les vallées sont par ailleurs des espaces traversés, et les villages des bords de la Moselle voient une présence importante d'aubergistes et de voituriers. Ces espaces participent donc abondamment à l'économie d'échanges régionale et interrégionale.

La diversité des terroirs impliquait-elle une participation différente de chacune des sous-régions au commerce des commodités ? Les zones de vignoble et la Montagne sont des espaces déficitaires du point de vue céréaliier, et ne peuvent assurer leur subsistance que par la production de marchandises d'exportation – qu'il s'agisse de productions agricoles comme le vin ou manufacturières comme le papier, le fer ou les objets de bois. N'étant pas autosuffisants du point de vue alimentaire, ils devaient se procurer une partie de leurs subsistances sur les marchés et y écouler une partie de leur production. La « culture de marché » déjà évoquée plus haut était-elle donc plus développée dans ces territoires que dans les zones de Plaine, où l'autosuffisance des paysans était possible ? C'est peu probable : c'est justement dans la Plaine que se trouvent les principales zones de manufacture dispersée, notamment autour de Mirecourt et de Neufchâteau. Sans que la fabrique de dentelle soit une mono-activité dans ces territoires, elle n'en fournissait pas moins des revenus de compléments importants aux ménages, les femmes y étant volontiers dentellières. De même, la présence dans la Plaine de villes importantes à l'échelle régionale constituait sans doute une incitation pour les paysans des environs à privilégier les cultures maraîchères destinées aux marchés urbains – et donc à participer à une agriculture délibérément commerciale. Par ailleurs, ces villes favorisaient vraisemblablement la diffusion de modèles de consommation nouveaux dans les campagnes, accoutumant les populations rurales à la consommation de commodités. On peut supposer que les pratiques de marché étaient étendues également dans toutes les sous-régions de l'espace lorrain. Il se peut cependant que l'accès aux commodités et l'insertion dans les flux de biens de consommation courante aient été différents selon les territoires.

2) Notre étude de l'appareil commercial doit comme on l'a dit être menée sur un territoire relativement intégré : si les espaces sont trop disparates entre eux du point de vue économique, il se peut que différents modes d'organisation commerciale voisinent sur le territoire observé. Nous avons suggéré plus haut que l'intégration économique des espaces se faisait par les flux de marchandises, de capitaux et d'informations, qui émanaient principalement de quelques pôles assurant la coordination des échanges⁴⁶. Ces pôles ne sont cependant pas de taille et de poids équivalents : une hiérarchie s'instaure entre eux selon la diversité et la rareté des services qu'ils dispensent⁴⁷. Ainsi, il n'est pas à exclure que les

⁴⁵ Jean CRAEYBECKX, *Un grand commerce d'importation : les vins de France aux anciens Pays-Bas (XIIIe-XVIe siècles)*, Paris, SEVPEN, 1958.

⁴⁶ Jacques SAINDON, « Le commerce intérieur », *Revue d'économie politique*, 1965, pp. 846-881. Dans le cas lorrain, la polarisation commerciale du territoire était assurée par quelques pôles urbains d'importance régionale comme Bar-le-Duc (Jean-Paul STREIFF, *Espaces, réseaux et sociétés urbaines de l'Ancien Régime à la Restauration (Bar-le-Duc/Commercy) 1750-1820*, Thèse, Nancy II, 2005).

⁴⁷ Bernard LEPETIT avance l'idée d'une éventuelle transition de la ville d'Ancien Régime à la ville « polarisante » avec la Révolution Industrielle (*Les villes dans la France moderne*).

localités d'importance secondaire, tout en participant aux mêmes évolutions que celles de premier plan, connaissent un certain retard dans la diffusion des commodités et dans l'adoption des modes de consommation. De ce fait, l'étude d'un espace intégré permet de poser la question des mécanismes de diffusion des habitudes de consommation entre localités, et de la vitesse d'adoption des transformations.

L'espace lorrain regroupe sur un espace de taille restreinte un nombre important de villes et de bourgs de taille variée, de rang et de fonctions économiques très divers. On y trouve ainsi deux grosses cités, Nancy et Metz, qui comptaient chacune près de 30.000 habitants vers 1750. Villes parlementaires et de résidence nobiliaire, elles participaient vraisemblablement à l'extension de la consommation telle qu'on la retrouve dans les grandes cités européennes du temps – tout comme Lunéville, ville de résidence marquée par la vie de Cour de Léopold à Stanislas entre 1702 à 1766. Les localités plus modestes se rattachent à différents profils urbains. Le plus répandu est celui de la « ville d'Ancien Régime » mis en évidence par Bernard Lepetit : de taille modeste, la composition sociale de sa population est marquée par la surreprésentation des rentiers du sol, nobles ou roturiers, qui y ont établi leur résidence, par la présence massive du clergé et par l'importance numérique de la bourgeoisie à talents. De nombreux artisans s'activent à satisfaire les besoins de ces populations et de celles des environs. Ces localités, parmi lesquelles on peut compter notamment Epinal, Saint-Dié, Pont-à-Mousson ou Bruyères, peuvent cependant jouer un rôle de coordination commerciale non négligeable, et compter quelques manufactures tournées vers l'exportation en-dehors des environs immédiats. On trouve également en Lorraine quelques villes manufacturières et commerçantes, comme Mirecourt, tournée vers la production de dentelles et la lutherie, Gerbéviller et Rambervillers, spécialisées dans le tissage de petites étoffes, Raon-l'Étape, pôle régional de collecte et de commercialisation des bois, ou encore des villes de salines comme Rosières ou Vic. Les profils variés de ces localités, et la diversité des activités des populations qu'elles rassemblent, laissent donc présager une diversité importante des modèles de consommation – aussi bien entre les villes qu'en leur sein même. Cependant, si les travailleurs du bois et les domestiques des grands seigneurs ne consomment très vraisemblablement pas les mêmes types de commodités, à niveau de revenu égal, il faudrait également voir si des effets de localisation ne jouent pas entre les différentes localités. Des personnes de même catégorie sociale consomment-elles la même chose, selon qu'elles résident à Lunéville ou dans un bourg peu détaché de son environnement rural ? A toutes ces questions, l'étude des biens mis à disposition des consommateurs par les marchands peut apporter quelques éléments de réponse.

Malgré leur diversité, ces localités contribuent à l'intégration commerciale des espaces lorrains, en permettant la mise à disposition d'une offre assez uniforme à l'échelle de la région. L'étude des fonds de faillite de la justice consulaire laisse en effet apparaître que l'organisation commerciale de la province est assez largement centrée sur Nancy. La relative faiblesse de la production locale en biens de consommation de qualité intermédiaire ou supérieure fait qu'une bonne partie des étoffes est importée, tout comme les denrées coloniales ou la mercerie. La massivité des importations fonde la position de Nancy comme pôle de redistribution des marchandises d'envergure régionale. Cela est sans doute facilité par la bonne qualité du réseau routier, qui dès les années 1720 permet des relations aisées à l'intérieur de la province⁴⁸. Certains pôles commerciaux comme Epinal, Mirecourt, Neufchâteau ou Saint-Dié sont néanmoins autonomes pour leurs approvisionnements en

⁴⁸ Certains secteurs du territoire, dans les Vosges, étaient encore d'accès difficile, et peu touchés par l'expansion routière. L'enclavement et la relative difficulté d'accès aux villes peuvent générer des modes spécifiques d'implantation marchande. Nous verrons ainsi que les villages des montagnes vosgiennes les plus enclavés étaient, tout du moins à la fin du XVIIIe siècle, desservis par des colporteurs résidant à Remiremont ou dans les environs.

marchandises étrangères, leurs marchands détaillants n'ayant qu'un recours limité aux commerçants importateurs nancéiens. Leurs espaces d'importation sont toutefois les mêmes que ceux des commerçants de Nancy, et les marchandises proposées ne diffèrent pas : si la présence de marchands grossistes importateurs dans d'autres localités que Nancy limite le rayonnement commercial de celle-ci, elle n'en contribue donc pas moins à l'intégration commerciale de la région grâce à une offre unifiée. Du point de vue financier cependant, il n'y a que Nancy et Metz qui constituent des pôles importants, où des effets sur des places étrangères à la province sont disponibles en abondance : la polarisation est sur ce plan très forte.

3) L'étude de l'appareil commercial d'une région n'a d'intérêt que si celui-ci est suffisamment développé, hiérarchisé et diversifié. L'importance des relations commerciales extérieures ainsi que le haut niveau de circulation intérieure nous garantissent que nous avons affaire à un espace aux activités marchandes nombreuses et diverses. Par ailleurs, la grande ouverture de l'espace étudié laisse présager de la diversité et de l'abondance des marchandises disponibles, et donc de l'offre de biens entre lesquels les consommateurs auront à choisir.

Les espaces lorrains font en effet partie de la « France n° 3 » définie par Braudel : France de l'est, aux statuts douaniers particuliers, très ouverts sur le reste du monde – et comparable en cela aux espaces atlantiques ou méditerranéens⁴⁹. Les relations des marchands lorrains avec les espaces rhénans étaient très fortes : les négociants hollandais, mais aussi les commerçants allemands rencontrés sur les foires de Francfort, de Strasbourg, de Bâle ou de Zurzach leur permettaient d'accéder aux marchandises en provenance d'Europe du Nord ou d'Asie⁵⁰. Les marchands de Reims et de Troyes, et l'ensemble des commerçants rencontrés sur les foires de ces deux villes, permettaient aux importateurs lorrains de se procurer des étoffes et de la quincaillerie en provenance des espaces français. Lyon et ses négociants jouaient un rôle fondamental pour les relations avec les espaces méditerranéens, et fournissaient également à la Lorraine bon nombre de marchandises de leur cru – en particulier des soieries. Cette grande insertion dans les circulations marchandes interrégionales permet dans le cas lorrain la formation d'une couche de marchands-grossistes importateurs, comme nous l'avons signalé plus haut. Plus encore, la diversité des marchandises disponibles favorise chez les marchands, en particulier dans les villes, une forme de spécialisation : devant l'impossibilité de proposer l'ensemble des produits existants, il est indispensable pour faire face à la concurrence des autres marchands de se positionner sur un segment de marché spécifique. La grande diversité de l'offre mise à disposition dans la province par les grossistes importateurs contribue à la spécialisation des activités marchandes.

Les spécificités des espaces lorrains : les résultats sont-ils extrapolables au reste de l'Europe occidentale ?

La Lorraine répond comme on l'a vu aux exigences formulées pour l'étude de l'appareil commercial en économie « d'Ancien Régime ». Elle constitue donc une « région-test » acceptable pour nos hypothèses. Un certain nombre de spécificités régionales, tant dans la structure socioéconomique que dans les rythmes de croissance économique, risquent cependant de biaiser quelque peu les résultats obtenus. Il se peut en effet que la proportion de marchands présents dans les localités lorraines soit supérieure à celle que connaissent d'autres régions présentant des caractéristiques économiques similaires. Par ailleurs, si tant est que

⁴⁹ BRAUDEL, *Civilisation matérielle*, t. 3, p. 421 ; Stéphane GABER, « L'évolution territoriale de l'espace lorrain, 1477/1789 », *Lotharingia*, 3, 1991, pp. 251-296.

⁵⁰ Jan DE VRIES et Ad van der WOUDE, *The First Modern Economy: Success, Failure and Perseverance of the Dutch Economy, 1500-1815*, Cambridge, University Press, 1997.

l'on puisse faire un lien univoque entre croissance économique et développement de l'appareil commercial, il se peut que ce dernier, du fait de la conjoncture économique particulière des espaces lorrains, se développe selon des rythmes spécifiques à la région.

1) La position frontalière de la région, sa situation douanière spécifique et la faiblesse des manufactures locales de biens de consommation contribuent sans doute à renforcer le commerce d'importation et de réexportation, assurant des profits importants à un certain nombre d'acteurs. Par ailleurs, du fait de la présence massive de soldats en garnison, la Lorraine compte peut-être une proportion de marchands plus importante qu'un certain nombre de régions aux caractéristiques socioéconomiques comparables. Il se peut donc que la Lorraine dispose d'une population commerçante relativement dense, et que nombre de marchands aient eu un niveau d'affaires assez important.

La position géographique particulière de la Lorraine est de nature à favoriser l'installation d'un grand nombre de marchands à haut niveau d'affaires. Les espaces en question sont en effet marqués par un grand morcellement politique, et par l'extrême enchevêtrement de frontières entre les petites principautés de la vallée de la Moselle et de la vallée du Rhin - la *Kleinstaateri* -, les Duchés de Lorraine et Barrois, les Trois Evêchés de Metz, Toul et Verdun et les petites souverainetés des Vosges - principauté de Salm, baronnie de Fénétrange, Comté de Sarrewerden. L'imbrication de souverainetés concurrentes dans ce territoire découle des visées expansionnistes de la Couronne de France, qui s'est efforcée à partir de 1552 de pénétrer l'espace lorrain, parvenant même en 1661 à couper les Duchés en deux par la route de Phalsbourg⁵¹. Si les droits perçus sont assez légers, les lignes de douane sont des entraves à la circulation des marchandises qui encouragent chez les commerçants la recherche d'itinéraires et de filières commerciales alternatifs, et par là même d'occasions de profit nouvelles. Le commerce de réexportation entre les « Cinq Grosses Fermes » et les Evêchés prospère en Lorraine : les exportations françaises étant franches de droits à destination de la Lorraine, tout comme celles de Lorraine à destination des Evêchés, il était profitable pour des marchands lorrains d'exporter des marchandises venant de France dans les Evêchés. La contrebande est également très forte : les prohibitions à l'importation dans le Royaume de France n'avaient pas cours en Lorraine, y compris après l'incorporation des Duchés à la Couronne, permettant des réexpéditions massives d'indiennes en direction de la France⁵². La contrebande suscitait sans doute bien des vocations commerciales dans les bourgs et villages frontaliers. Ces flux spécifiques rendaient donc possibles des modes particuliers d'accumulation de capital commercial, et tendaient peut-être à multiplier le nombre de marchands dans les Duchés.

Il se peut par ailleurs que la demande agrégée soit plus importante dans bien des villes lorraines que dans des localités de taille équivalente des espaces environnants. La localisation frontalière, à la lisière des espaces rhénans, contribuait en effet à militariser la zone : les principales villes des Duchés et des Evêchés accueillent toutes des garnisons plus ou moins importantes⁵³. Cela provoquait un afflux de population solvable – les soldats - et d'officiers

⁵¹ Jean-Pierre HUSSON et Laurent JALABERT, « Les enclaves en Lorraine au XVIIIe siècle : de l'objet spatial complexe et vivant à la marginalisation », in Claude MAZURIC et Jean-Paul ROTHOT (éd.), *Frontières et espaces frontaliers du Léman à la Meuse. Recompositions et échanges de 1789 à 1814*, Nancy, Presses Universitaires, 2007, pp. 55-68.

⁵² BRAUDEL, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, t. 3, p. 421 et 422 : « Si je ne me trompe, une certaine liberté d'action s'avère la caractéristique de ces zones limitrophes. Il serait important de mieux savoir comment se comportent ces pays frontières entre le royaume et l'étranger. Penchent-ils d'un côté ou de l'autre ? (...) Et quel est le rôle, en ces espaces où la liberté est plus grande que le royaume proche, des villes elles-mêmes, ou Nancy, ou Strasbourg, ou Metz ou plus spécialement Lille (...) ? »

⁵³ François-Yves LE MOIGNE, « Le Royaume de France et les marches de l'est », *Revue Historique de l'armée*, 1973, pp. 9-18 ; Id., « Le rôle économique des garnisons évêchoises au XVIIIe siècle d'après les exemples de

nobles cherchant à vivre sur le même train sans doute que les nobles locaux : une telle situation favorisait sans doute l'essor de spécialités marchandes tournées vers la satisfaction des besoins spécifiques des populations concernées (fournitures aux armées ; marchands de modes, marchands d'étoffes de belle qualité, épiciers, confiseurs, etc.). Par ailleurs, cela impliquait des commandes importantes de la part du Secrétariat d'Etat de la Guerre, pour entretenir les fortifications et fournir les troupes – et donnait sans doute lieu à des transferts de fonds importants entre Paris et les espaces lorrains. Il se peut donc que dans un certain nombre de villes, les marchands aient été particulièrement nombreux, et que leur niveau d'affaires ait été singulièrement élevé, grâce notamment aux dépenses effectuées par la monarchie française.

Les principaux bénéficiaires de l'importante demande urbaine et des besoins du commerce de réexportation, légale ou en contrebande, sont vraisemblablement les grossistes-importateurs. La faiblesse relative de l'appareil productif en ce qui concerne les « commodités » fait que la plupart d'entre elles doivent être importées. Même à la fin du XVIII^e siècle, après un tiers de siècle de développement rapide des manufactures, on trouve peu de produits de consommation courante parmi les exportations de la province : la Lorraine reste un espace importateur net de produits manufacturés et de produits coloniaux, et exportateur net de produits agricoles. Les bilans commerciaux disponibles pour les années 1730 et 1740 indiquent une prédominance des matières premières agricoles dans les exportations lorraines, qu'il s'agisse de grains, de vins, de bois, de sel ou de laine. Les produits manufacturés les plus vendus à l'extérieur, dès les années 1730, sont les fers – et leur place se renforce sans doute dans la seconde moitié du siècle, avec l'essor sidérurgique de la province. On ne trouve en fait plus en Lorraine de grande région de production textile exportatrice depuis le début du XVII^e siècle et la chute de la fabrique de Saint-Nicolas-de-Port : la hausse vraisemblable des capacités de consommation au XVIII^e siècle n'a pas favorisé l'émergence de manufactures textiles locales suffisamment puissantes pour se substituer totalement à celles des espaces environnants comme les pays alémaniques ou la Champagne, ou de zones d'importation plus lointaines comme la vallée du Rhône, le centre-ouest de la France, l'Angleterre ou la Silésie⁵⁴. Cette situation confère une importance particulière à l'appareil commercial : il doit sélectionner à l'extérieur l'essentiel des commodités de qualité moyenne ou supérieure qui sont consommées dans la province. Sans fabriques en grand nombre à l'intérieur des Duchés qui pourraient couvrir les besoins, c'est essentiellement à lui de composer l'essentiel de l'offre disponible et d'anticiper sur la demande. Ce rôle incombe aux marchands importateurs, qui de ce fait brassent des affaires importantes. Il se peut donc que les espaces lorrains connaissent l'existence d'une couche de marchands de très grande envergure, grands bénéficiaires du commerce d'importation.

2) Il se peut en outre que les rythmes économiques particuliers que connaît la Lorraine au XVIII^e siècle aient une influence sur l'extension de l'appareil commercial sur le territoire. La Lorraine participe, selon des modalités propres, au grand mouvement de croissance économique du XVIII^e siècle. Bien que la reconstruction après la Guerre de Trente Ans et ses suites, qui ont vu la population lorraine chuter de moitié, soit achevée vers 1700, la croissance démographique reste soutenue jusque vers 1740-1750⁵⁵. La hausse de la population est bien

Metz, Sarrelouis et Verdun. », in *Beiträge zur Geschichte der frühneuzeitlichen Garnisons- und Festungsstadt. Referate und Ergebnisse der Diskussion eines Kolloquium in Saarlouis von 24/27 Juni 1980*, H.W. HERMANN et Franz IRSIGLER (éd.), Sarrebruck, Minerva Verlag, 1983, pp. 199-223.

⁵⁴ Odile KAMMERER-SCHWEYER, *La Lorraine des marchands à Saint-Nicolas-de-Port : du 14^e au 16^e siècle*, Saint-Nicolas-de-Port, Connaissance et renaissance de la Basilique, 1985 ; Id., « Saint-Nicolas-de-Port au XVI^e siècle et le commerce de la draperie », *Annales de l'Est*, XXVIII-1, 1976, pp. 3-38.

⁵⁵ Monique PAULMIER-FOUCART, *Aspects de la restauration de l'économie rurale dans trois bailliages lorrains sous le règne de Léopold (Nancy, Lunéville, Vézelize) 1697/1729*, Thèse, Nancy, 1964, pp. 85-95.

plus forte que dans le reste des espaces français, et se rapproche de ce que l'on observe au XVIII^e siècle en Alsace ou dans le Saint-Empire. Cette poussée est en particulier très sensible dans la Plaine, où certaines contrées ont été ravagées par les guerres du XVII^e siècle, ainsi que dans certains cantons de la Montagne vosgienne, où un véritable « front pionnier » semble venir peupler une zone presque vide au début du siècle.

L'accroissement rapide de la population suppose une croissance de la production agricole importante – d'autant plus qu'à la fin du XVIII^e siècle, la Lorraine reste une région exportatrice de céréales. Selon toute vraisemblance, la situation des paysans s'est considérablement améliorée dans le premier tiers du XVIII^e siècle : en Lorraine centrale, grâce notamment au défrichement des terres abandonnées au XVII^e siècle, les superficies cultivées s'accroissent entre 1680 et 1720, et la production agricole augmente fortement⁵⁶. Vers 1680, les baux en nature des dîmes atteignaient tout juste 70 % de leur niveau des années 1630, période de relative prospérité rurale : vers 1725, le niveau de 1630 est partout retrouvé voire dépassé⁵⁷. De fait, dans les années 1740, le niveau de vie des Lorrains semble satisfaisant par comparaison aux autres provinces de France, si l'on en juge par l'enquête lancée par le Contrôleur Général Orry sur les « facultés » des peuples⁵⁸. Des signes de blocage et de stagnation sont cependant perceptibles dès le milieu du siècle⁵⁹. L'enquête agricole de 1761 menée sous les auspices de la Chambre des Comptes et de la Cour Souveraine de Nancy indique que les rendements céréaliers auraient chuté d'un tiers entre les années 1730 et la fin des années 1750⁶⁰. La stagnation de la production agricole est sans doute largement provoquée par la diminution de la taille des plus grosses exploitations et par l'accroissement du nombre des petites parcelles, conséquences de la croissance démographique. Grâce à l'importance de leurs troupeaux leur procurant une force de trait et des engrais, à leurs grandes possibilités d'ensemencement quelque soit la qualité de la récolte précédente et à leur usage d'un matériel agricole performant, les laboureurs sont en effet en mesure d'assurer une production agricole importante. La diminution de leur nombre nuit donc aux capacités productives de l'agriculture régionale. Le recul des friches et l'affermage massif des communaux à partir des années 1730 ont par ailleurs vraisemblablement restreint les possibilités de pâture pour les bêtes, qui de ce fait ont été moins bien nourries et plus vulnérables aux épizooties : celles de 1743, 1745 et 1754 ont été particulièrement dévastatrices⁶¹. Les aperçus quantitatifs sur l'économie rurale lorraine manquent pour la seconde moitié du XVIII^e siècle. Michel Morineau relève cependant que la reprise agricole est réelle entre les années 1760 et le tout début du XIX^e siècle, les rendements agricoles des années 1810 étant comparables à ceux des années 1730 : la restauration agricole semble ainsi particulièrement nette après la grande crise frumentaire de 1771, qui affecte toute la France de

⁵⁶ PAULMIER-FOUCART, *Aspects de la restauration de l'économie rurale*, p. 7.

⁵⁷ PAULMIER-FOUCART, *Aspects de la restauration de l'économie rurale*, pp. 85-92.

⁵⁸ François de DAINVILLE, « Un dénombrement inédit au XVIII^e siècle : l'enquête du Contrôleur général Orry, 1745 », *Population*, 7-1, 1952, pp. 49-68.

⁵⁹ Maurice LACOSTE, *La crise agricole dans le département de la Meurthe à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution*, Thèse, Paris, 1951 : « il est d'ailleurs difficile de situer dans le temps ces premiers indices de malaise économique et social. Probablement ne sont-ils point apparus partout en même temps, mais, semble-t-il, la plupart de ceux qui ont répondu à l'enquête les auraient remarqués vers 1735/1737 ou vers 1740/1741 », p. 61.

⁶⁰ LACOSTE, *La crise agricole dans le département de la Meurthe*, p. 66 ; Michel MORINEAU, *Les faux-semblants d'un démarrage économique : agriculture et démographie en France au XVIII^e siècle*, Paris, Armand Colin, « Cahier des Annales » n° 30, 1971, pp. 44-45 : maintien global des rendements entre 1730/1740 et 1840, dans le cas lorrain (mais c'est assez largement vrai dans le cas français pris globalement). Cependant, 1840 est une année de rendements médiocres dans l'est de la France : on peut donc légitimement supposer une légère hausse des rendements moyens entre les deux dates, p. 46. Voir AN KK 1159 à 1170.

⁶¹ PAULMIER-FOUCART, *Id.*, p. 127 et 128.

l'est⁶². Sans qu'il nous soit possible, en l'absence d'un tableau satisfaisant du circuit économique régional, de préciser la nature des liens entre la conjoncture agricole et celle de la production manufacturière, il semblerait que cette reprise se retrouve également dans les fabriques : à partir de la fin des années 1760 se démultiplient les manufactures de commodités de qualité moyenne, destinées à la satisfaction de la consommation de la province et, secondairement, à l'exportation⁶³.

Il ne semble en définitive pas trop téméraire de conclure à l'enrichissement de la population lorraine à l'échelle du siècle : malgré la méfiance que peut susciter ces documents, les inventaires après décès étudiés pour la Lorraine centrale et méridionale indiquent une démultiplication des biens possédés par les urbains comme les paysans⁶⁴. La période de difficultés agricoles des années 1730-1760, suivant une quarantaine d'années de croissance économique forte, semble cependant avoir freiné la dynamique séculaire d'enrichissement des populations : région relativement riche à l'échelle du Royaume dans les années 1730, la Lorraine est dans les années 1780 relativement pauvre si l'on en croît les estimations du produit physique⁶⁵.

Quelles conséquences de tels rythmes économiques peuvent-ils avoir sur l'évolution de l'appareil commercial ? On peut supposer, jusqu'à plus ample analyse, l'existence d'une relation étroite entre le niveau de richesse d'un territoire et le niveau de développement de l'appareil commercial : celui-ci serait d'autant plus étendu, hiérarchisé et diversifié que l'espace étudié est riche. L'accroissement des richesses produites, et donc la hausse des revenus, peut entraîner l'augmentation de la demande. Dans les économies préindustrielles d'Europe occidentale, les bénéficiaires de la hausse de la production agricole étaient en fait assez nombreux : les laboureurs et les paysans moyens mais aussi, de manière indirecte, les différents rentiers du sol - ecclésiastiques, nobles, bourgeois⁶⁶. La croissance rurale des années 1690-1730 aurait ainsi permis à de larges segments de la paysannerie, mais aussi des élites urbaines, de voir leurs revenus augmenter, et donc leurs capacités de consommation s'accroître. De cette manière, la hausse de la demande a pu favoriser le renforcement de l'appareil commercial. Dans le même ordre d'idées, la fragilisation des catégories rurales les plus solvables entre 1730 et 1770 aurait entraîné la stagnation voire le recul de la demande, et donc la fragilisation de l'appareil commercial⁶⁷. Du fait des fluctuations importantes de la croissance agricole lorraine depuis la fin du XVIIIe siècle, il se peut donc que l'appareil commercial connaisse des rythmes de développement originaux.

⁶² MORINEAU, *Les faux-semblants d'un démarrage économique*, p. 46 ; Séverine ZEMLIC, « La crise de 1770-1771 à Saint-Avold : une crise « prémonitoire », « Les hommes et la terre », *Annales de l'Est*, 1999, n° 1, p. 121 à 140 ; François-Yves LE MOIGNE, « La crise frumentaire de 1770/1771 à Metz, Nancy et Strasbourg », *Bulletin de la Société d'Histoire Moderne*, 15^e série, n° 3, 1972

⁶³ Ceci étant, un appauvrissement général des populations peut très bien aller de paire avec une participation croissante à l'économie marchande, si celle-ci accompagne un recul de l'autoproduction : c'est la thèse de Jan de Vries et de la « révolution industrielle », qui suggère que la baisse des revenus des maris pousse leurs femmes et leurs enfants à travailler eux aussi – ce qui réduit donc le temps disponible pour la production domestique et rend nécessaire le recours au marché.

⁶⁴ Tony VOLPE, « La civilisation matérielle dans les campagnes lorraines, XVII^e et XVIII^e siècles », in *Annales de l'Est*, 1999, 1, pp. 63-104 ; Emilie BIEBER, *Culture matérielle et travail agricole dans le canton de Sarrebourg au XVIIIe siècle*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 2003.

⁶⁵ André REMOND, « Trois bilans de l'économie française au temps des théories physiocratiques », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 35, 1957, pp. 416-456.

⁶⁶ LACOSTE, *La crise agricole dans le département de la Meurthe*, pp. 79-83.

⁶⁷ Guy BOIS, « Against the neo-malthusian orthodoxy », *Past & Present*, 79, 1978, pp. 60-69 ; Louis BERGERON, « Problèmes économiques de la France napoléonienne », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1970-3, 17, pp. 469-505.

Démarche d'analyse

Le choix de l'espace lorrain pour notre étude a été déterminé à la fois par les sources disponibles et par la nature des questions auxquelles celles-ci permettaient de répondre. Les historiens disposent avec les archives de la juridiction consulaire de Lorraine et Barrois, active de 1715 à 1791, d'un ensemble documentaire aussi immense que sous-exploité, comprenant en particulier plusieurs fonds marchands et nombre de documents complémentaires sur le monde de la marchandise. Nous présentons ici les principaux types de documents utilisables, leurs limites et les possibilités d'exploitation qu'ils offrent⁶⁸. Cela nous conduit alors à élaborer une démarche d'analyse destinée à répondre à notre problématique, qui se confond dans une large mesure avec le plan retenu pour la présentation de nos résultats.

Les fonds de la juridiction consulaire de Lorraine et Barrois

La Juridiction Consulaire de Lorraine et de Barrois disposait, par son édit de fondation de septembre 1715, de la connaissance des contentieux et des faillites des commerçants actifs dans le ressort de la Cour souveraine de Nancy⁶⁹. Géographiquement, son ressort ne coïncidait pas exactement avec le territoire des Duchés, puisque le Barrois dit « mouvant », qui devait hommage au Roi de France, adressait ses appels au Parlement de Paris. La juridiction consulaire de Lorraine et Barrois connaissait les affaires selon les principes dits *ratione materiae* et *ratione loci*. Sa compétence se limitait aux questions de crédit pour fait de marchandise et aux contentieux sur les conditions d'acheminement des produits ou sur la qualité des biens échangés. Territorialement, ne pouvaient être poursuivis devant elle que les acteurs du commerce ou de la circulation des marchandises actifs dans le ressort de la juridiction. De la même manière, les seules procédures de faillite connues par la justice des marchands concernent des accidents survenus à des marchands actifs à l'intérieur du ressort dit. Les commerçants de Bar-le-Duc et d'une part importante du sud-ouest des Duchés, correspondant à la haute vallée de la Meuse, ne pouvaient donc être attaqués devant cette justice, et elle n'avait pas connaissance des affaires de faillite les concernant. Si des marchands extérieurs au ressort de la justice pouvaient assigner des marchands lorrains devant elle, il était impossible aux commerçants lorrains de l'intérieur du ressort de poursuivre devant la justice consulaire des marchands de l'extérieur : un marchand de Bar-le-Duc pouvait se porter demandeur contre un marchand de Nancy, mais non l'inverse – sinon par une demande incidente.

Toutes les affaires pour raison de commerce devaient être traitées par les juges-consuls, cooptés parmi les principaux marchands de Nancy. Ceux-ci rendaient une justice généralement rapide et quasiment gratuite, les frais étant très faibles. L'essentiel des affaires

⁶⁸ Que les lignes qui suivent nous dispensent de nous appesantir trop longuement sur la critique diplomatique des documents comptables ou des inventaires de faillite dans le cours de notre développement. L'utilisation d'autres sources, notamment les sources fiscales, fera l'objet de développements plus fournis. Nous réservons ici une place de choix aux fonds de la juridiction consulaire, dans la mesure où ils ont largement contribué à orienter notre recherche vers les espaces lorrains.

⁶⁹ A noter que dès sa création la justice consulaire de Nancy dispose de la connaissance des faillites, ce qui n'est le cas de ses homologues françaises que de manière intermittente, par plusieurs édits qui leur accordent ce droit dans des circonstances exceptionnelles – pour décharger les bailliages et sénéchaussées qui connaissent habituellement ses affaires. Nous disposons de ce fait d'une série continue de bilans de faillite à partir des années 1720, et plus encore des années 1730. Sur ces questions, reprendre les articles de Pierre-Cyrille HAUTCOEUR (« Pour une approche quantitative des faillites », pp. 3-17), de Frédéric DESHUSSES (« Mesurer l'insolvabilité ? Usages statistiques des dossiers de faillite (1673-1807) », pp. 19-41) et de Natacha COQUERY et Nicolas PRAQUIN (« Règlement des faillites et pratiques judiciaires. De l'entre-soi à l'expertise du syndic (1673-1889) », pp. 43-83) dans « Justice commerciale et histoire économique », numéro spécial de la revue *Histoire et mesure* (XXIII-1, 2008).

traitées concernait des défauts de paiement ou des effets protestés, les contestations sur les tarifs, délais et conditions d'acheminement des marchandises n'étant pas non plus rares. Une bonne partie des affaires portées à la connaissance des juges-consuls étaient des plaintes de marchands étrangers pour des effets protestés ou pour des défauts de paiement : la justice de Nancy servait ainsi autant aux marchands extérieurs contre les Lorrains qu'aux Lorrains entre eux. De cette manière, ces fonds nous aident à compléter ce que nous apprenons par ailleurs sur les aires d'approvisionnement des marchands lorrains, sur leurs relations avec leurs fournisseurs et avec leurs clients. Les données du contentieux sont par ailleurs assez éclairantes sur les circuits et modalités de paiement – en particulier sur les remises d'effets de commerce.

Le contentieux entre marchands ne constituait qu'une partie des activités de la justice consulaire. Les juges-consuls consacraient en effet beaucoup de temps aux procédures de faillite – et plus précisément aux atermoiements, par lesquels les marchands débiteurs s'efforçaient de trouver des arrangements avec leurs créanciers, en vue d'obtenir des échelonnements et remises de dettes. Les marchands déposaient au greffe de la justice consulaire une demande d'atermoiement. Il revenait alors aux juges-consuls de faire dresser un bilan, sous le contrôle des lieutenants consulaires des localités les plus proches du lieu de résidence du marchand failli⁷⁰. Ceux-ci établissaient un inventaire général des immeubles et des meubles des marchands concernés, ainsi qu'un état de ses créances passives. Ce document permettait l'élaboration du bilan soumis aux créanciers ou à leur représentant à Nancy – le « curateur en titre ». L'atermoiement une fois accepté, et les échelonnements et remises une fois déterminés, la décision du syndicat des créanciers du marchand devait recevoir l'homologation des juges-consuls pour être exécutoire. Nous devons à cette fonction de supervision des procédures de faillite la conservation de plus de 800 dossiers d'atermoiement, dont plus de 700 contiennent un bilan complet. Il se peut fort que bien des dossiers déposés aient été perdus, singulièrement pour la première partie du siècle : on constate en effet une explosion du nombre de dossiers disponibles à partir des années 1740/1750. Les données que l'on peut retirer de l'analyse des marchandises et des relevés de dettes actives et passives permettent toutefois d'éclairer les activités des marchands lorrains dès les années 1715/1720.

A titre de compléments d'information pour les procédures d'atermoiement et d'homologation, une quantité très importante de papiers de la pratique marchande a été déposée au greffe de la justice consulaire, dont une partie nous est parvenue. Certains de ces dépôts constituent d'authentiques fonds marchands, qui permettent de suivre sur plusieurs années voire plusieurs décennies l'activité de commerçants d'envergure diverse. Les papiers de Jean-François Leléal et de son fils Dominique constituent ainsi le plus gros des fonds de marchands faillis conservés aux Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle. Jean-François Leléal, fils d'un artisan de Nancy, a été actif comme marchand dans cette ville entre 1692 et 1722. L'essentiel de ses affaires consistait en commerce de drap, qu'il importait en Lorraine de France et du Saint-Empire, pour l'écouler à Nancy et dans d'autres villes des Duchés. Il meurt en 1723 premier juge-consul de Lorraine et Barrois, quelques mois après avoir transmis son affaire à son fils Dominique. Ce dernier, actif pendant près de quarante années à Nancy, connu malgré l'essor économique certain de la Lorraine au XVIII^e siècle, de nombreux déboires professionnels. Il fit trois fois faillite - en 1726, en 1750 et en 1760. La Guerre de Succession d'Autriche offre à Dominique Leléal l'occasion de se tourner vers la fourniture aux armées françaises combattant en Allemagne et stationnées en Lorraine ; à partir des années 1750, il réoriente progressivement ses affaires de la marchandise vers la banque, en devenant courtier de change. Le fonds Germain Empereur couvre quant à lui quarante ans de la vie d'affaires d'un marchand-drapier de Pont-à-Mousson, de 1717 à 1756 : on y trouve

⁷⁰ Robert STOLTZ, « L'origine de la justice consulaire de Lorraine », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, II, 1951, pp. 163-185.

des comptabilités complètes pour la période 1730 à 1756, des registres de correspondance active, les lettres reçues, presque sans lacune, de 1717 jusqu'à la fin, ainsi que bon nombre de documents annexes comme des lettres de voiture, des effets de commerce, des carnets de créanciers ou encore des inventaires de marchandises. D'autres fonds, moins massifs mais très intéressants, peuvent être également sollicités, comme ceux de la Veuve Navière de Nancy, grossiste importatrice d'étoffes, active des années 1750 au début des années 1770, de Madeleine Clistre-Henry ou de Jean Chausson, tous les deux grossistes en épicerie actifs à Nancy dans les années 1750 et 1760. Les archives conservées nous permettent également de pénétrer les affaires de marchands d'envergure plus modeste, grâce aux fonds d'un marchand rural, Pierre Claux de Vrécourt – pour lequel nous disposons de correspondances et de factures pour les années 1715 à 1730 – d'un marchand de Raon-l'Étape, Dominique Jeandel, qui couple ses activités de commerce généraliste – étoffes, mercerie et épicerie – avec un négoce de bois d'envergure régionale, ou encore de Charles Barthélemy, marchand d'étoffes de la petite ville de Marsal, dont nous conservons une partie de la correspondance et des factures pour les années 1750. D'autres fonds très intéressants sont conservés, notamment ceux du marchand grossiste de Saint-Dié Claude Gaillot, ou du marchand d'étoffes de Lunéville puis de Nancy Antoine Crampel, actifs des années 1740 aux années 1760. Ces deux marchands, dont nous possédons les correspondances et quelques livres de comptes, ont fait l'objet de maîtrises dans les années 1960 : n'ayant consulté ces deux fonds que de manière très parcellaire, nous nous en remettons au travail des deux étudiantes qui se sont penchées sur leurs correspondances⁷¹. Ces fonds marchands, plus ou moins riches, ont tous fait l'objet de dépouillements systématiques ciblés.

Enfin, se trouvent dans les archives de la Juridiction Consulaire des documents qui ne sont pas tirés des activités de la justice des marchands, mais qui relèvent du Corps des marchands de Lorraine. Celui-ci remonte au XIV^e siècle : il avait alors été formé comme corps territorial, englobant tous les marchands des territoires sous la souveraineté des Ducs de Lorraine. La croissance des villes des Duchés, l'essor de l'économie marchande et l'augmentation du nombre de commerçants ont cependant favorisé l'émergence de corps des marchands autonomes dans les villes et les bourgs des Duchés. Au XVII^e siècle, le corps des marchands « de Lorraine » semble dans les faits se réduire à celui des marchands de Nancy. Ce corps territorial unifié n'est donc plus au début du XVIII^e siècle qu'une fiction juridique entretenue par l'usage et par la législation : par son édit de septembre 1715, le Duc Léopold charge le corps des marchands de Lorraine de la conduite de la justice consulaire, bien que dans les faits ce soient les notables du corps des marchands de Nancy qui remplissent les fonctions de juges-consuls⁷². Nous devons quoi qu'il en soit à cette fusion des deux instances la conservation dans les fonds de la Justice Consulaire de documents purement corporatifs : des listes de marchands, des comptes du corps des marchands de Nancy, des requêtes aux autorités, des correspondances avec d'autres corps des marchands. Ces informations nous sont d'autant plus utiles que Nancy était le principal centre commercial des espaces lorrains au XVIII^e siècle, et exerçait par son importance dans le commerce d'importation et de gros ou par ses activités financières une prééminence fonctionnelle sur les autres localités.

⁷¹ Marie-José FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1970 ; Danièle HAINZELIN, *Les activités commerciales d'Antoine Crampel, marchand de Lunéville 1758-1775*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1970.

⁷² L'édit de 1715 fonde réellement une justice consulaire avec une compétence territoriale étendue. La justice du corps des marchands qui existait auparavant ne jugeait que du contentieux entre des marchands de Nancy, ou que du contentieux contre des marchands de cette ville. Les marchands des autres villes des Duchés n'étaient pas représentés parmi les défendeurs, ce qui change avec la naissance de la justice consulaire. La justice corporative disparaît, ses activités sont absorbées par la justice consulaire, mais celle-ci innove en permettant à des marchands de toute la province de porter leur contentieux devant un corps unique.

L'utilisation privilégiée d'archives d'une institution donnée entraîne un certain nombre de biais, qui tiennent autant à son domaine et à son aire de compétence qu'au recours effectif qu'y ont les acteurs. Ces considérations nous amènent ainsi à restreindre notre territoire de prospection, et à limiter notre étude à la partie méridionale de la Lorraine – correspondant grossièrement au sud des départements de la Moselle et de la Meurthe-et-Moselle actuels, ainsi qu'au département des Vosges.

1) Le ressort de la juridiction consulaire est celui de la Cour souveraine de Lorraine et Barrois, qui ne recouvre que la Lorraine ducale à l'exception toutefois du Barrois dit mouvant. Cela nous prive d'indications sur le commerce de Bar-le-Duc ou de Ligny-en-Barrois - ce qui est gênant puisque les grands marchands de ces villes jouaient vraisemblablement un rôle majeur dans le commerce frontalier, notamment dans la contrebande des indiennes en provenance de Hollande et de Rhénanie. Pour les Trois Evêchés, les archives de la juridiction consulaire de Metz sont assez pauvres, et l'on ne dispose d'aucun fonds marchand pour ces territoires. Nous sommes donc contraints de limiter le cœur de notre recherche aux espaces lorrains ducaux non mouvants.

2) Dans les faits, les activités de la justice consulaire de Nancy ne s'étendaient dans les faits pas à tout le territoire ducal, puisque l'on note une nette sous représentation du nord-est des Duchés, la « Lorraine allemande », dans les affaires traitées : on compte peu de marchands de ces espaces parmi les demandeurs ou les défendeurs dans le contentieux, et le nombre de bilans et inventaires déposés par des marchands de ces territoires est très restreint. A quoi tient la faiblesse du recours à l'institution pour les marchands de ces contrées ? Cela tient-il à la relative difficulté d'accès, Nancy étant à plus de 80 km ? Faut-il y voir des raisons linguistiques ? Ces espaces étant majoritairement germanophones, les marchands n'étaient pas forcément en mesure d'entreprendre des procédures judiciaires en langue française. Ces deux raisons sont à vrai dire discutables, puisque l'on retrouve dans les fonds quelques demandes d'attribution et quelques bilans en langue allemande, et que des marchands de zones reculées des Vosges déposaient leurs bilans à Nancy. A vrai dire, les villes et bourgs de Lorraine allemande étant de petite taille, et cet espace étant peu peuplé, il se peut que l'appareil commercial soit d'une envergure restreinte, et que donc le nombre de bilans déposés s'en ressente.

Quelles que soient les raisons de la minceur de nos informations sur la Lorraine allemande, il apparaît que les marchands de ces espaces n'entretenaient avec les commerçants de Nancy que des rapports modestes, et qu'ils s'approvisionnaient surtout auprès des grossistes de Metz ou de Strasbourg. L'analyse des bilans de faillite et des comptabilités des marchands nancéiens suggère que l'aire de chalandise des grossistes de la ville s'étendait en fait surtout au centre et au sud des Duchés, les approvisionnements des marchands de Lorraine allemande mais aussi du Pays Haut ou de la Woëvre n'occupant qu'une place modeste dans leurs affaires. Ainsi, les pôles d'approvisionnement des marchands de Lorraine allemande étaient différents de ceux des marchands du reste de la province : la Lorraine centrale et méridionale était donc organisée, d'un point de vue commercial, autour de Nancy et de places secondaires comme Epinal, Saint-Dié, Mirecourt, Pont-à-Mousson ou Neufchâteau, la Lorraine septentrionale étant davantage tributaire de Metz ou de Strasbourg. Les flux commerciaux principaux suggèrent ainsi l'existence d'un espace marchand fortement intégré au centre et au sud des Duchés, avec Nancy comme pôle principal : la zone de loin la mieux documentée correspond à celle que dessinent les confins de la zone d'influence maximale des marchands grossistes de Nancy, les disponibilités archivistiques étant par chance en cohérence avec la structure effective des espaces commerciaux.

Partis d'un espace de prospection *a priori*, nous aboutissons à un espace d'étude plus resserré, en sous appuyant sur l'observation des flux dominants : la Lorraine centrale et méridionale, en plus d'être un espace assez homogène d'un point de vue politique, est

largement intégrée d'un point de vue commercial⁷³. Elle présente par ailleurs une grande diversité de paysages et de profils urbains – davantage que les espaces que nous sommes contraints de laisser de côté. Cette zone constitue donc un espace de prospection adéquat dans le cadre de notre enquête.

La démarche

La seule étude d'ampleur d'un appareil commercial régional dans les économies préindustrielles est celle de Pierre Vilar dans le troisième tome de *La Catalogne dans l'Espagne moderne*. La finalité de ce travail diffère cependant assez largement de la nôtre : Vilar entendait mettre en évidence les différentes formes que prenait le capital commercial dans la Catalogne du XVIII^e siècle : à la recherche de « l'accumulation primitive » censée être à l'origine de la Révolution Industrielle, il étudie le fonctionnement des boutiques et des divers types d'associations entre marchands pour en tirer des indications sur les taux de profit dans le secteur commercial. Sans nous arrêter à la conception de l'industrialisation qui sous-tend cette étude, retenons-en la nécessité de partir d'une appréhension globale des rythmes et structures commerciales de l'espace étudié, avant de nous lancer dans l'étude des types d'acteurs marchands et de leurs pratiques. Dans le cas catalan comme dans le cas lorrain, on ne dispose cependant pas d'un tableau d'ensemble de l'appareil commercial, mais d'une masse imposante de documents parcellaires permettant de retracer les activités de marchands individuels. Se pose donc la question méthodologique de la représentativité des données partielles dont nous disposons : comment à partir de là reconstituer une structure, une totalité, dans laquelle les observations parcellaires pourraient prendre leur sens ?

1) Il est nécessaire avant toutes choses de broser à grands traits l'organisation générale de la circulation des marchandises et des capitaux dans les espaces lorrains. Nous devons ainsi partir de données générales fournies par les rapports administratifs sur le commerce, les rôles d'impositions, les baux de péages et d'octrois ou encore les affaires traitées par la juridiction consulaire. Nous en attendons des informations sur le poids et la fonction relative des pôles commerciaux, ainsi que sur l'appareil commercial de chacune de ces localités. Une fois ce tableau général des structures de l'appareil commercial brosé et de leurs évolutions, il devient possible de rendre compte des activités des marchands individuels, en précisant leur place dans cette organisation générale.

2) Il est à ce stade encore trop tôt pour dresser un tableau satisfaisant de l'appareil commercial de la Lorraine centrale et méridionale : manquent des informations sur les niveaux d'activités des marchands et, plus encore, sur les pratiques marchandes. Dans bien des cas, les sources fiscales ou administratives se contentent en effet d'évoquer des « marchands », des « merciers » ou des « commerçants », sans qu'il nous soit possible de préciser leurs activités concrètes. L'étude sérielle des dossiers de faillite permet cependant de dresser une typologie des marchands. Les dossiers de faillite des marchands ont ainsi été dépouillés de manière systématique pour trois périodes, sélectionnées chacune dans l'une des trois phases de la conjoncture économique lorraine au XVIII^e siècle : la première, de 1715 à 1730, en pleine croissance économique accélérée du début du siècle ; la deuxième de 1740 à 1755, alors que l'agriculture connaît des difficultés ; la troisième de 1780 à 1785, après la reprise agricole et la poussée de la circulation commerciale des années 1770. Malgré les

⁷³ « Il existe entre ses composantes un ensemble d'échanges et de produits, d'hommes, de capitaux, d'informations, d'ordres, plus important qu'avec les régions voisines. C'est cet ensemble de relations qui assure la spécificité de la régulation régionale de l'économie, dont les rythmes de la conjoncture témoignent. C'est l'effacement de l'originalité de ces rythmes qui signale, si la conjoncture est structure en mouvement, la disparition de la pertinence de l'échelon régional d'analyse » (Jacques BOUDEVILLE, *Les espaces économiques*, Paris, PUF, 1961, p. 40).

difficultés qu'induit la situation de faillite qu'ils connaissent, il est possible de distinguer à partir de ces documents différents profils de marchands, selon l'envergure de leurs affaires, leur position dans l'appareil commercial (grossiste ou détaillant), la diversité de leurs stocks et le niveau de leur spécialisation marchande. On voit ainsi se dessiner plusieurs *types* de marchands, ayant chacun une *fonction* particulière dans l'organisation commerciale, opérant à un *niveau* d'affaires donné. A ce stade de l'analyse, le profil général du commerce de la province se dessine : il devient possible de relier des types de marchands à des localisations, et de préciser les différentiels locaux de l'offre de marchandises selon les localités. Une fois ces données générales établies, l'utilisation des fonds des marchands est envisageable, les conditions d'évaluation de leur représentativité étant précisées.

3) Le dépouillement des fonds marchands est mené dans une perspective d'histoire des pratiques commerciales. Nous nous attachons tout particulièrement à l'étude des relations des marchands avec leurs fournisseurs et leur clientèle⁷⁴. Dans le premier cas, nous tâchons, à partir des correspondances actives et passives, de mettre en évidence la manière dont la sélection des marchandises par les commerçants était effectuée : auprès de qui, avec quelles contraintes, à quels rythmes, pour quelle diversité d'assortiments et avec quelle sensibilité au renouvellement des marchandises. Les comptabilités nous permettent plus particulièrement de saisir les directions, les volumes, les fréquences et les décisions définitives d'achat. Ces mêmes comptabilités permettent d'étudier les rapports qu'entretenaient les marchands avec leurs clients – avec quelle fréquence, pour quels volumes et quels montants. On accède ainsi grâce à ces sources à l'étude des différentiels sociaux et spatiaux de consommation.

Plan de l'étude

Dans une première partie, nous nous efforçons d'étudier l'extension géographique de l'appareil commercial lorrain tout au long du XVIII^e siècle. Cette étude de démographie commerciale nous conduit à la fois à dénombrer les types de marchands présents dans les différentes localités, et à prendre la mesure des évolutions de la densité commerciale au fil du siècle. On ne peut cependant se contenter d'un simple dénombrement des acteurs du commerce : notre étude doit en effet chercher à mettre en évidence des facteurs de localisation des marchands, et expliquer ainsi les dénivellations dans l'équipement commercial des localités et des territoires. Pour ce faire, nous consacrons deux chapitres à présenter l'appareil commercial des villes, des bourgs et des campagnes. Cette étude est centrée sur les années 1780, période pour laquelle nous disposons d'une quantité d'informations importante, nous permettant d'envisager le plus grand nombre possible de facteurs de localisation des activités. Il apparaît en fait qu'à la fin du XVIII^e siècle, les espaces lorrains comptaient un nombre important de marchands : si sans surprise les villes et les bourgs étaient bien dotés, dans des proportions d'ailleurs comparables au reste des espaces français, les campagnes comptaient également nombre de commerçants, y compris dans des localités sans foire ni marché. Les villes se distinguaient cependant des bourgs et des campagnes par la diversité des acteurs du commerce et les spécialisations qui s'y trouvaient. Si les facteurs de la présence de marchands dans les villes et les campagnes sont nombreux et complexes, il apparaît que le niveau de la population, la richesse et l'accessibilité sont les plus déterminants. Mis à part le nombre élevé de marchands dans les campagnes, ces résultats ne constituent à vrai dire pas une grande surprise. Le dernier chapitre de cette première partie, consacré à l'évolution de la densité des équipements commerciaux depuis le début du XVIII^e siècle, aboutit toutefois à des résultats

⁷⁴ « Ce genre de documentation a toujours le défaut d'être fragmentaire : le nombre d'entreprises qu'elle permet de suivre sur période longue et continue est évidemment réduit. En revanche, chacune des entreprises nous familiarise avec des opérations cent fois répétées, qui prennent par là même valeur de types. » (Pierre VILAR, *La Catalogne dans l'Espagne moderne*, t. 3, *La formation du capital commercial*, Paris, SEVPEN, 1962, p. 139).

plus déroutants. Dès le début du siècle en effet, l'équipement commercial des territoires était bien en place, les campagnes elles-mêmes ayant un niveau de dotation marchande comparable à celui des années 1780 : c'est le signe d'une participation précoce des espaces ruraux au commerce de commodités. La croissance économique du XVIIIe siècle favorise donc surtout un simple renforcement de l'appareil commercial : celui-ci n'est d'ailleurs vraiment fort que dans les quelques localités faisant fonction de pôles commerciaux d'envergure régionale.

La deuxième partie est justement consacrée à l'étude de la polarisation commerciale des espaces lorrains. L'étude de « démographie marchande » menée en première partie ne permet pas de mettre en évidence la fonction économique remplie par les acteurs étudiés, et par là même ne montre pas le rôle de chaque localité dans la diffusion des marchandises à l'échelle de la région. La Lorraine importait, même à la fin du XVIIIe siècle, une grande partie des commodités consommées sur son territoire. Cela conférait ainsi aux marchands grossistes importateurs, connus localement sous le nom de « marchands-magasinières » une importance économique considérable, l'offre en commodités disponible dans la province étant largement tributaire de leurs activités. Entre les années 1720 et la veille de la Révolution, les aires d'approvisionnement des marchands-magasinières restent remarquablement stables : ils font appel aux fabriques de Champagne, de Suisse et d'Allemagne centrale, tandis que les marchands lyonnais leur expédient des marchandises du Sud de la France, et que les commerçants rencontrés aux foires de Francfort leur vendent des marchandises anglaises ou des indiennes débarquées en Hollande. La stabilité des espaces d'approvisionnement ne doit cependant pas masquer la grande diversification des marchandises mises à disposition des marchands détaillants de la province⁷⁵. De ce point de vue, les espaces lorrains n'échappent pas aux dynamiques affectant les marchés de produits au XVIIIe siècle⁷⁶. Il ne faudrait pas imaginer des marchands détaillants placés sous la coupe des marchands-magasinières. Ces derniers étaient en effet assez nombreux, à Nancy comme dans les grosses villes des Duchés, et même s'ils étaient spécialisés dans un type particulier de produits, les détaillants pouvaient les mettre en concurrence les uns avec les autres pour en obtenir les meilleures conditions de vente possibles. Dans l'ensemble cependant, les détaillants entretenaient des relations commerciales de longue durée avec certains grossistes, ce qui leur permettait de bénéficier d'informations privilégiées et de prix préférentiels : les relations commerciales reposaient en fait largement sur la connivence et la prestation de services mutuels, et excluaient de fait toute subordination des détaillants aux grossistes. C'est pour cela par exemple que la tolérance des marchands-magasinières pour les retards de paiement de leurs clients était grande. Les chaînes d'approvisionnement ne donnent donc pas lieu à des rapports hiérarchiques entre marchands, mais plutôt des négociations perpétuelles reposant sur une confiance éprouvée par des relations de longue durée.

En définitive, les relations entre grossistes et détaillants présentent bien des similarités avec celles entre les détaillants et leur clientèle. Dans une troisième partie, nous cherchons à montrer les modes de mise à disposition des biens par les marchands. Cela nous conduit à dresser une géographie de l'offre disponible selon les localités, en nous interrogeant sur les gradients d'apparition des biens selon les lieux, et à étudier les différences de pratiques commerciales entre les villes et les campagnes. Sans grande surprise, les boutiquiers des villes sont les plus avancés dans la mise en œuvre des techniques commerciales nouvelles comme la publicité, les prix fixes ou l'enjolivement des boutiques. Ces innovateurs semblent cependant très minoritaires, et se retrouvent surtout chez les vendeurs de *new items*, pour lesquels les

⁷⁵ Dominique MARGAIRAZ, « Economie et information à l'époque moderne », *L'information économique XVIe/XIXe siècle*, Paris, CHEFF, 2008, p. 13.

⁷⁶ Line TEISSEYRE-SALLMANN, *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc : XVIIe-XVIIIe siècles*, Paris/Genève, Honoré Champion/Droz, 1995 ; Carlo PONI, « Mode et innovation : les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIIIe siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1998, 45-3, pp. 589-625.

marchés sont assez étroits et le renouvellement des produits très fréquent. La plupart des commerçants, en ville comme à la campagne, en restent à des techniques de commercialisation reposant sur l'interconnaissance : entretenant leur bonne réputation, les marchands vendent à crédit et à des prix variables, les délais consentis dépendant du crédit qu'elles accordent aux clients. Bien que perpétuant des modes d'activité traditionnels, ils n'en contribuent pas moins à l'uniformisation de l'offre à l'échelle de la région - qui fait écho à la celle des biens possédés par les ménages. Quand bien même la diversité serait plus grande et les marchandises de luxe ou à la mode mieux représentées dans les boutiques des villes, l'offre de marchandises de qualité moyenne ou médiocre est sensiblement la même quelles que soient les localités. Cette uniformité de l'offre reflète en réalité la grande intégration des consommations à l'échelle de la province : quand bien même les ruraux, à catégorie sociale équivalente, tendraient à consommer moins que les urbains, les marchandises qu'ils se procurent sont tout à fait comparables.

Dynamiques de l'offre et intégration commerciale régionale (1670/1790)

Les pôles commerciaux de la Lorraine centrale et méridionale vers 1790

Étudier la contribution de l'appareil commercial à la diffusion de nouvelles pratiques de consommation suppose avant tout de prendre la mesure de son extension géographique. Pour les espaces lorrains plus encore que pour la France, le XVIII^e siècle a été une période de poussée démographique et de croissance économique : plus riche dans les années 1790 qu'au début du siècle, la Lorraine est probablement mieux dotée en marchands, mettant à disposition d'une population accrue une offre de marchandises plus diversifiée. Sans que l'on puisse affirmer pour l'instant que l'extension de l'appareil commercial était maximale au terme de notre étude, la présentation d'un tableau complet de la dotation commerciale des territoires à la fin du XVIII^e siècle nous fournit un point de comparaison avec les périodes antérieures, et peut nous permettre de retracer l'évolution de l'appareil commercial au fil du siècle.

On nomme « appareil commercial » l'ensemble des institutions et des acteurs permettant la circulation des marchandises et leur mise à la disposition des consommateurs. En prendre la mesure suppose tout d'abord d'étudier l'équipement commercial des espaces concernés, c'est-à-dire la répartition sur le territoire des lieux de mise à disposition des biens. Pour leurs approvisionnements en commodités, les populations des sociétés préindustrielles pouvaient compter sur trois circuits : le commerce périodique, le commerce ambulante ou le commerce fixe. En Lorraine, ce dernier mode d'écoulement des marchandises était densément implanté dans les villes et dans les bourgs, mais également bien représenté dans les campagnes. La carte des lieux du commerce périodique recoupait à vrai dire largement celle des principaux pôles du commerce fixe, sans pour autant s'y superposer totalement : l'importance commerciale de certains marchés et de certaines foires excédait en effet de beaucoup le rôle joué par les marchands de leur localité d'implantation dans la coordination des échanges. L'élaboration d'une carte commerciale de la Lorraine méridionale suppose ainsi de distinguer le semis des foires et marchés de celui des localités à forte concentration marchande. Elle doit également s'efforcer de dénombrer les marchands « parcourant le pays », actifs sur les foires mais aussi concurrents des boutiques fixes.

Chaque localité dotée d'un appareil commercial constituait à son échelle un pôle de coordination des échanges. Toutes n'exerçaient cependant pas une polarisation de même niveau : les plus petites se contentaient de réceptionner des marchandises pour les revendre aux populations des environs, tandis que d'autres, marquées par la présence de marchands grossistes ou demi-grossistes, exerçaient une fonction de redistribution d'envergure régionale – comme Nancy, Bar-le-Duc ou Lunéville – ou sous-régionale, comme Mirecourt, Saint-Dié, Epinal, Pont-à-Mousson ou Saint-Mihiel. Notre étude doit donc mettre en évidence les relations fonctionnelles entre les pôles commerciaux : cela suppose d'étudier les milieux marchands des différentes localités, en nous attachant à montrer l'envergure de leurs affaires, leur rayonnement géographique et leurs spécialisations.

1. Les pôles de coordination des échanges : diversité des profils

A l'échelle des territoires, les échanges commerciaux étaient coordonnés par les marchands actifs dans un certain nombre de pôles. On peut analytiquement distinguer les

pôles du commerce périodique de ceux du commerce fixe, même si en Lorraine les deux se recoupaient largement : les localités dotées de foires et de marchés comptaient généralement des boutiquiers voire des marchands grossistes. Les pôles commerciaux étaient cependant d'envergure très variable, et présentaient des profils fonctionnels diversifiés. Nous allons tâcher ici de faire ressortir une hiérarchie fonctionnelle des pôles commerciaux reposant sur la dotation en équipements commerciaux, sur l'intégration dans les circuits d'échanges et sur la nature des activités des milieux marchands locaux.

1.1. Vers une typologie des places de commerce : le choix des indicateurs pertinents

Au sens le plus strict, toute localité dotée d'institutions de commerce périodique ou comptant quelques marchands exerce une polarisation commerciale sur les populations des environs : ce peut être le cas de villages, même à un niveau très élémentaire. Il va de soi cependant qu'il existait une hiérarchie fonctionnelle entre ces places, qui dépendait de l'ampleur des affaires qui y étaient brassées, de l'envergure des aires de chalandise et des spécialités des marchands qui y étaient actifs. Il faut en particulier tenir compte du rôle que pouvaient jouer certaines de ces localités dans la coordination des flux à l'échelle régionale, sous-régionale ou locale – notamment dans le cadre du commerce de gros.

On ne dispose pas de relevé général de la population marchande à la fin du XVIII^e siècle, ni même de statistique générale du commerce indiquant le poids relatif et la fonction de chaque place. Des indicateurs discriminants existent cependant, qui permettent d'évaluer la nature de la participation des localités à l'économie d'échanges : les relevés des foires et des marchés nous renseignent sur la participation au commerce périodique, mais ne nous disent rien de la nature ou du niveau des affaires qui y étaient traités. D'autres indices sont plus significatifs. La présence d'une lieutenance consulaire, et donc d'un corps de marchands jugé conséquent, mais aussi d'équipements facilitant la circulation des biens, des personnes, des informations comme les bureaux de poste ou les bureaux des voitures publiques reflète ce que Jean-Claude Perrot nommait l'aptitude « à dominer les échanges » : certaines localités sont ainsi mieux intégrées que d'autres dans la circulation des marchandises, des informations, et constituent des pôles de coordination des échanges d'envergure locale, sous-régionale ou régionale⁷⁷. Une telle approche fait ressortir le haut de la hiérarchie commerciale, qui correspond sans grande surprise aux plus grandes villes de la province, mais aussi, et c'est le plus intéressant, les localités d'envergure moindre constituant des pôles locaux de coordination marchande. Nous allons d'abord passer en revue les différents indicateurs exploitables, ce qui nous permet de formuler ensuite quelques hypothèses sur les types et les modalités de rayonnement commercial.

1.1.1. Les lieux du commerce périodique : quel équipement du territoire ?

La collecte des données

Les localités de foire et de marché étant des lieux où une offre diversifiée était exposée aux yeux des consommateurs putatifs, il convient de prendre la mesure de l'extension territoriale de ces types d'équipements commerciaux. Distinguons toutefois les lieux concernés selon la nature de leur équipement. Trois configurations étaient possibles : la présence de foires seules, celle de marchés seuls, celle de foires et de marchés. Dans les deux derniers cas, on a affaire à un commerce périodique se tenant à des fréquences rapprochées, assuré toute l'année. Dans le premier cas, les rythmes commerciaux étaient bien plus espacés.

⁷⁷ Jean-Claude PERROT, *Genèse d'une ville moderne Caen au XVIII^e siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1975, pp. 460-467.

La nature de la polarisation assurée par des localités dotées seulement de foires n'était ainsi pas la même : l'installation d'une foire était le moyen de capter à intervalles réguliers des flux commerciaux contournant habituellement la localité en question, et donc potentiellement de la désenclaver. Les relevés de foires et de marchés nous permettent ainsi de formuler quelques premières hypothèses sur la hiérarchie commerciale des espaces lorrains.

Ceux établis lors de la période révolutionnaire constituent la base la plus solide pour l'étude de la desserte commerciale des territoires à la fin du XVIII^e siècle. Ils ont été dressés à la demande des autorités révolutionnaires en 1794, dans un contexte de libéralisation temporaire de la création de rencontres périodiques⁷⁸. Alors que la création d'une foire ou d'un marché étaient sous la monarchie soumise à une enquête de l'intendant et devait être approuvée par le Roi – de telles décisions relevant de son pouvoir souverain –, un grand flou juridique s'est introduit au début de la Révolution quant aux modalités d'établissement des rencontres commerciales périodiques. Beaucoup de communes ont alors profité des ambiguïtés de la législation : le mouvement de création de foires et de marchés a ainsi été fort, notamment dans de petites localités⁷⁹. La signification du tableau que l'on peut tracer à partir de ces documents est donc ambiguë : ils relèvent à la fois des localités à la fonction commerciale bien établie, et d'autres où s'exprime une aspiration à consommer et à se désenclaver – sans pour autant que l'appareil commercial local soit très étendu ni que la polarisation commerciale exercée soit très importante.

L'équipement du territoire de la Lorraine méridionale en foires et marchés

Le profil le plus courant parmi les pôles de commerce périodique est de coupler marchés et foires. Sur 55 localités concernées, 42 disposent des deux, deux de marchés seuls et 11 de foires seules. Le commerce périodique est donc principalement organisé autour des localités de marché, plus peut-être que dans le reste de la France⁸⁰. A l'inverse, le nombre de foires seules est assez limité, signe sans doute de la bonne dotation routière et du faible enclavement des territoires lorrains – nous y revenons dans les paragraphes suivants.

Même si la dotation en foires et marchés est globalement moindre que dans le reste des espaces français, les 44 pôles de commercialisation hebdomadaires restent très accessibles à la population. L'espace étudié ici correspond grossièrement à l'actuel département des Vosges et au sud de la Meurthe-et-Moselle, soit 9.880 km² environ. On trouve donc un marché hebdomadaire tous les 224,5 km², la distance maximale moyenne à un marché étant donc de 8,5 km environ⁸¹. Selon l'état de la chaussée, une distance de 5 km correspond à une ou deux heures de marche à pied, et permet un aller-retour entre le domicile et le marché dans la demi-journée. Un rayon de 5 km autour de chaque lieu de marché correspondant à une aire de 78,5 km² environ, c'est près de 3460 km² - soit 35 % du territoire étudié – qui se trouve à une distance inférieure ou égale à 5 km d'un lieu de marché.

L'équipement commercial périodique est très variable selon les sous-régions. Dans la limite des superficies départementales actuelles, la Lorraine centrale couvre un espace de 3890 km², la Montagne à 2450 km², la Plaine sous-vosgienne à 2890 km² et la Vôge à 650 km².

⁷⁸ La liste des tableaux des foires et marchés en 1793 est à l'annexe 1.

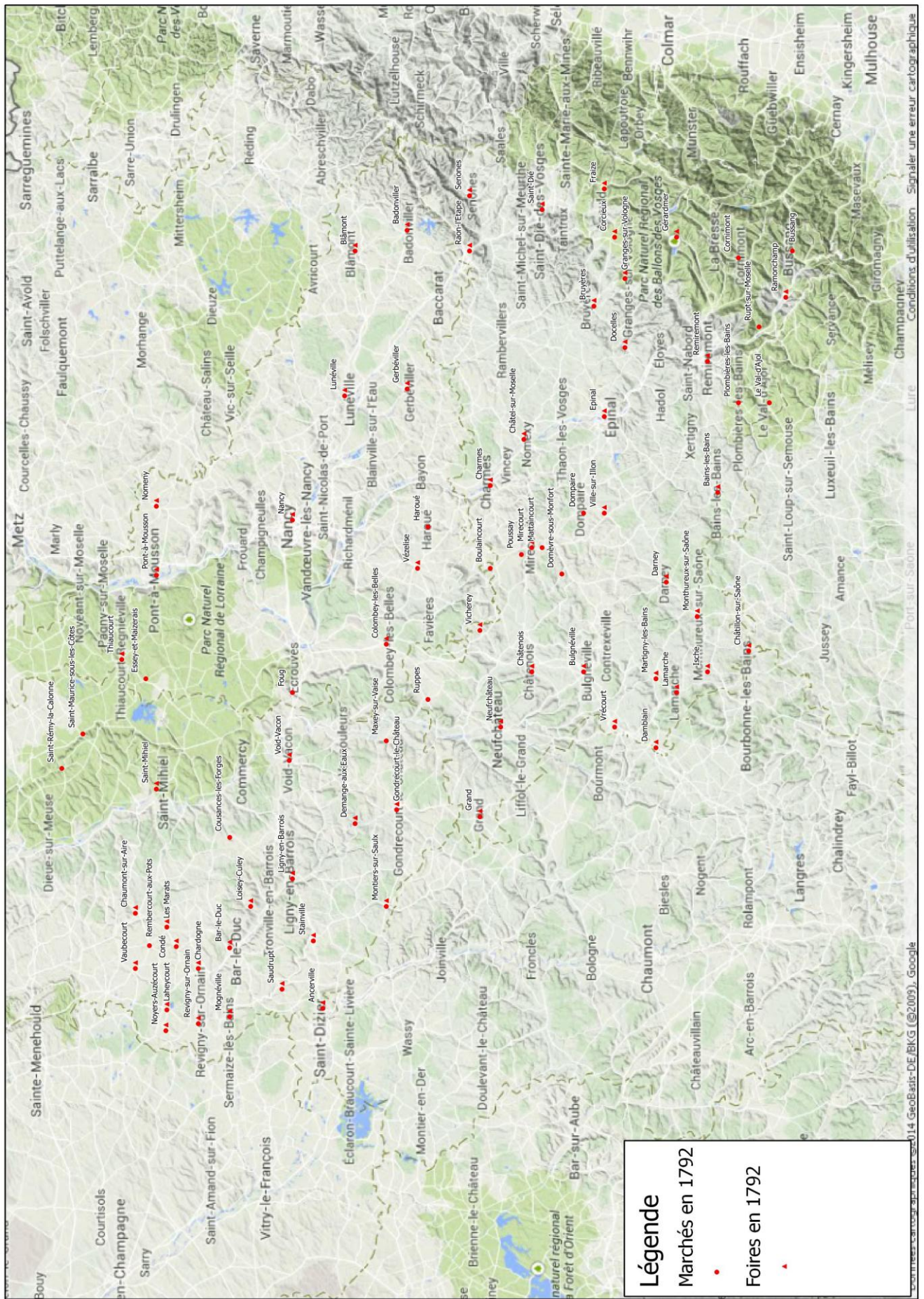
⁷⁹ Dominique MARGAIRAZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, Editions de l'EHESS, 1988, pp. 31-72.

⁸⁰ MARGAIRAZ, *Foires et marchés*, pp. 48-60.

⁸¹ Etant entendu que 8,5 km correspond à la longueur du rayon d'un cercle de 227,3 km² de superficie.

Ensembles sous-régionaux	Nombre de localités de marché	Superficie de la microrégion en km ²	Superficie moyenne des aires de marché en km ²
Lorraine centrale	10	3890	389,0
Plaine sous-vosgienne	13	2890	222,3
Montagne	17	2450	144,1
Vôge	4	650	162,5
Ensemble	44	9880	224,5

Avec 13 localités de marché, la Plaine se situe dans la moyenne régionale - soit un pour 222,3 km². Ce sont la Lorraine centrale et la Montagne qui s'écartent le plus nettement de la moyenne : avec 10 marchés, la première n'en compte qu'un pour 389 km², quand avec 17 marchés la Montagne en dispose d'un pour 144,1 km². La densité de l'équipement est ainsi d'autant plus importante que l'accessibilité est difficile – et en l'occurrence, que la contrainte du relief et de l'altitude est forte. De fait, avec quatre marchés et une aire de desserte moyenne de 162,5 km², la Vôge dispose d'une densité comparable à celle des espaces montagneux. La fonction et le niveau d'activité des pôles commerciaux sont donc vraisemblablement liés à leur accessibilité et à leur rayonnement potentiel.



Limites de la documentation et élargissement nécessaire du champ d'investigation

Les relevés de foires et de marchés ne permettent pas de présenter un tableau satisfaisant des pôles commerciaux d'un territoire. Ils ne disent en effet rien des marchandises échangées ou du niveau de la circulation sur les places étudiées. De plus, ces documents omettent par nature les localités exerçant une polarisation commerciale grâce à leurs seuls marchands. Il est donc indispensable de ne pas seulement tenir compte dans notre analyse des lieux de foires ou de marchés, mais de relever toutes les localités dotées de marchands.

Pour des raisons de lacune des sources, sur lesquelles nous revenons dans la deuxième partie de ce chapitre, le pointage du nombre de marchands n'est envisageable que pour quelques localités seulement. Les analyses de détail développées plus bas montrent cependant qu'à partir du seuil de 500 habitants, tous les villages sont dotés d'au moins un commerçant, et que toutes les localités de plus de 1000 habitants en comptent au moins plusieurs. En supposant qu'il faut à une localité plusieurs marchands pour exercer un rayonnement commercial sur les environs, on peut considérer que toute agglomération de plus de 1000 habitants est un pôle commercial potentiel – tout au moins d'envergure locale. A la liste des localités de foires et de marchés, nous avons donc adjoint pour notre étude des pôles commerciaux celle des agglomérations de plus de 1000 habitants dépourvues de ces équipements⁸².

1.1.2. Le niveau d'intégration dans les circuits d'échange

Les informations collectées jusqu'à présent ne nous permettent pas d'établir une hiérarchie commerciale satisfaisante. Même si nous ne disposons pas de renseignements de type quantitatif sur le niveau des activités marchandes des différentes localités, certains documents comme la liste des « lieutenances » de la juridiction consulaire nous permettent de mettre en évidence les pôles commerciaux les plus actifs. La prise en compte du nombre de tronçons routiers aboutissant aux localités renseigne par ailleurs sur leur niveau de connexité, et donc sur leurs capacités de rayonnement.

Les principaux corps de marchands : les lieutenances consulaires

Le corps des marchands de Lorraine est théoriquement un corps territorial, si l'on en croit les termes de l'édit de septembre 1715. Au corps des marchands est liée une juridiction consulaire, avec des prérogatives assez élargies. Dans les faits, le Corps des marchands de Nancy s'est accaparé la justice consulaire, et les juges-consuls se recrutaient par cooptation parmi les gros marchands de la ville. Ces juges nommaient des « lieutenants consulaires » dans un certain nombre de localités : ils étaient chargés de les représenter localement, de faire appliquer leurs décisions, de recevoir et de transmettre les plaintes à la justice consulaire, et intervenaient dans les procédures de faillite - notamment lors de la confection des inventaires⁸³. La nomination d'un lieutenant consulaire dans certains lieux était une manière

⁸² La liste est en Annexe B.

⁸³ 49 B 1 à 286 : Papiers de la juridiction consulaire.

B 1 : Titres fondateurs du corps des marchands (1341/1719) ; relations avec la collégiale Saint-Georges, chapelles (1607/1745 ; 1742/1786).

B 2 : Fonctionnement général de la juridiction consulaire (1628/1780) ; rapports avec l'Hôtel de Ville (1664/1782) ; correspondance administrative (2^e moitié XVIII^e siècle essentiellement).

B 3 : Correspondance avec les autres juridictions consulaires (1714/1791) ; désignation des juges-consuls (1673, 1691, 1715, 1727, 1760, 1776) ; lieutenances consulaires (1715/1719, 1739/1779, 1789/1790).

B 4 : Lieutenants consulaires (désignation et activité) 1763/1779 ; doyens consulaires (1607 et 1745/1781) ; papiers du doyen consulaire Pierre DARTIGE (1724/1735).

de reconnaître la présence d'un corps de marchands assez étoffé. A partir de la collection des *Almanachs de Lorraine*, on peut reconstituer l'évolution du semis des lieutenances consulaires entre les années 1760 et 1790⁸⁴. Si le relevé comprend assez logiquement les grosses villes des Duchés, il indique également quels bourgs étaient suffisamment importants d'un point de vue commercial pour justifier la présence d'une lieutenance consulaire : il nous permet ainsi d'élaborer une première hiérarchie des localités selon leur fonction commerciale⁸⁵.

Accessibilité et rayonnement des localités

La position des localités dans l'organisation générale des réseaux de transports permet d'éclairer leur rôle dans l'économie d'échanges. Nous supposons ici que l'accessibilité routière est à la fois le facteur et le résultat de l'importance des flux, notamment de marchandises, convergeant dans les localités concernées. En effet, l'accessibilité est sans doute un élément structurant, contribuant à fonder l'importance commerciale d'une localité. C'en est également le produit, dans la mesure où les autorités accordaient la priorité des investissements routiers aux pôles importants : le raccordement à la route est la reconnaissance d'une position importante dans l'économie d'échanges. A l'inverse, avec les moyens de transport très réduits de l'époque, la localisation en dehors d'une route praticable limitait drastiquement les possibilités de rayonnement au-delà du simple niveau local – soit une dizaine de km à la ronde. Ainsi, le niveau de connexité des localités au réseau routier est un moyen de ségréger entre desserte commerciale purement locale et capacité de rayonnement plus large : une localité mal reliée au reste du territoire n'est de toute évidence pas un grand pôle commercial, tandis qu'une autre mieux connectée est à même d'exercer une telle fonction⁸⁶.

L'étude du raccordement des localités au réseau routier peut être menée grâce aux enquêtes routières menées par l'intendance de Lorraine et Barrois entre 1777 et 1780, qui ont donné lieu à l'établissement d'une carte très précise des tronçons et des jonctions⁸⁷. Pour chaque localité de notre échantillon, nous avons calculé un indice de connexion, en nous

B 5 : Lieutenances consulaires (XVIIIe siècle) ; fiscalité royale (Vingtième d'industrie à Nancy, répartition 1755/1790).

⁸⁴ *Almanach de Lorraine et Barrois*, Nancy, Années 1770, 1774 et 1778 ; *Almanach des départements de la Meurthe, des Vosges, de la Meuse et de la Moselle, qui se partagent les anciennes provinces de Lorraine et de Barrois*, Nancy, 1791.

⁸⁵ La liste des lieutenances consulaires est à l'annexe 2.

⁸⁶ Bernard LEPETIT, *Chemins de terre et voies d'eau. Réseaux de transports et organisation de l'espace en France*, Paris, Editions de l'EHESS, 1984, p. 87 : « L'échange véhicule les innovations de tous ordres qui constituent pour les zones mises en relation autant de facteurs d'ébranlement ou de développement. Ainsi l'échange, qui constitue le moyen d'intégrer à un même ensemble des espaces économiques plus vastes, est en même temps un facteur de différenciation accrue entre des régions ou des pôles inégalement dotés. Sur ce plan, les axes de transport, à la fois signes et sources d'inégalité, constituent évidemment une dotation essentielle. ». Voir Frank IMBERDIS, *Le réseau routier de l'Auvergne au XVIIIe siècle : ses origines et son évolution*, Paris, PUF, 1967 (seulement la conclusion, pp. 319-329).

⁸⁷ BM Nancy, Ms. 14512 : « Itinéraire général des grandes routes, routes et chemins de communication des provinces de Lorraine et Barrois, entretenus par les Ponts et Chaussées » XVIIIème siècle.

C 107 : Etat général des grandes routes, routes et chemins de communication des provinces de Lorraine et de Barrois (1784). Mémoire sur le régime des corvées en Lorraine, sur le nombre des routes et le régime des travaux de ces routes. Autres pièces d'importance secondaire. 1778/1785 : les routes sont numérotées (représentées sur la carte C 108 : travailler à partir de celle-ci, donc).

C 108 : Carte itinéraire de la généralité de Lorraine et de Barrois. 1786

C 120 : Etat des routes et chemins de la généralité de Lorraine et Barrois, divisée en sept départements (1784) ; état du personnel chargé de conduite des travaux ... 1774/1788

« Etat général de la navigation intérieure du Royaume de France » (AN, F (14) 607 B).

appuyant sur le nombre de tronçons routiers qui y convergent⁸⁸. Une localité reliée directement à cinq autres reçoit l'indice 5, une localité isolée est affectée de l'indice 0⁸⁹.

Nombre de relations	Nombre de localités	Fréquence
0 relations	24	0,27
1 ou 2 relations	22	0,24
3 relations	14	0,16
4 à 6 relations	16	0,18
7 ou plus	14	0,16
Ensemble	90	1,00

La moyenne de l'échantillon est tout juste de trois relations par localité, ce qui signifie que chacune d'elle est potentiellement un carrefour. Un tel chiffre reflète le haut niveau de développement du réseau routier dans les Duchés⁹⁰. Les écarts de dotation routière entre les localités étaient toutefois importants. Sans grande surprise, et comme il a pu l'être constaté pour d'autres régions, les grandes villes sont en priorité connectées aux réseaux routiers⁹¹.

Nombre moyen de relations par types de localités	
Plus de 3000 habitants	6,83
Plus de 2000 habitants	5,68
Moins de 2000 habitants	2,28

A taille équivalente, les inégalités de dotation routières entre les localités étaient importantes selon leur localisation. L'extension du réseau était en effet bien plus grande en Lorraine centrale, dans la zone de plateau localement appelée la « Plaine », que dans les zones montagneuses : les écarts entre localités vont en effet du simple au double voire au triple entre les deux espaces, laissant un certain nombre d'agglomérations de la « Montagne » de taille pourtant importante enclavées.

Nombre moyen de relations par types de localités	Plaine	Montagne
Moins de 2000 habitants	2,59	1,87
Plus de 2000 habitants	7,50	2,57

⁸⁸ Bernard LEPETIT, *Les villes dans la France moderne : 1740-1840*, Paris, Albin Michel, 1988, pp. 101-114.

⁸⁹ Les indices de connectivité sont donnés en annexe 3.

⁹⁰ Nicolas-Luton DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 1, Nancy, 1778, pp. 343-352.

⁹¹ PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 447-460.

En définitive, quatorze localités sont ainsi très bien insérées dans les flux de circulation, avec un nombre de relations supérieur à sept, soit deux fois la moyenne. Sans grande surprise, cette catégorie regroupe toutes les bonnes villes des Duchés, à l'exception de Remiremont, assez bien dotée au demeurant, mais qui pâtit de sa position au fond d'une vallée, ainsi qu'une bonne partie des plus gros bourgs. De la même manière, les localités équipées de foires et de marchés sont sensiblement mieux reliées que les autres au réseau routier. Le semis des foires et marchés étant globalement stable depuis le début du XVIII^e siècle au moins, c'est-à-dire avant le grand mouvement d'équipement routier entrepris dans les années 1720 par le Duc Léopold, on peut considérer que les tronçons routiers ont été prioritairement orientés vers les places du commerce périodique – même si cela est étroitement lié au fait que ces pôles commerciaux sont généralement les plus grandes agglomérations⁹².

Nombre moyen de relations par types de localités	
Localités dotées de foires et de marchés	4,15
Localités dotées seulement de marchés	3
Localités dotées seulement de foires	2,09
Localité sans équipement commercial périodique	1,92

L'intégration dans les circuits supérieurs de la circulation

a) Les carrosses publics

Par les facilités qu'ils procuraient aux marchands des localités où ils étaient présents, les carrosses publics constituaient un autre élément de discrimination entre pôles commerciaux. Un tel équipement permettait en effet aux commerçants des localités desservies par les routes de poste d'entretenir des relations directes avec Nancy, principal pôle commercial de la province. Les « maîtres des carrosses » ne se contentaient pas de délivrer des marchandises, mais exerçaient également un rôle d'intermédiation marchande, intervenant dans la transmission des commandes et les flux de paiement en numéraire⁹³. A l'occasion, ils pouvaient aussi charger des lettres que les marchands des localités envoyaient à leurs fournisseurs de Nancy, contribuant ainsi à la circulation de l'information.

⁹² DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 1, pp. 127-128 : « les bons chemins et les belles chaussées étaient presque inconnus ; le charroi et les communications étaient difficiles partout, et même quelquefois impossibles. Léopold résolut de donner l'exemple : il ordonna le 29 mars 1724 la construction dans tous ses Etats de chaussées de la largeur de soixante pieds de Lorraine (environ 53 pieds de Roi) avec des bermes et des fossés. » S'il faut faire la part de l'exagération rhétorique, il est cependant indéniable que l'initiative et la réalisation d'une bonne partie des grandes routes des Duchés reviennent au gouvernement de Léopold et de François III.

⁹³ Henri LEPAGE, *Notice historique sur les voitures publiques en Lorraine*, Nancy, 1855. Arrêt du Conseil des finances du 4 septembre 1741 se présente comme un règlement des voitures et messageries entre Nancy et Lunéville, confirmatif des arrêts précédents. « Ordonne en outre Sa Majesté que le suppliant voiturera les paquets du poids de 50 lb. et au dessous, à remettre d'une ville à l'autre, pour raison de quoi il lui sera payé : 6 s. argent valeur au cours de France pour ceux de 10 lb. et au-dessous, 10 s. pour ceux de 10 lb. et au-dessus jusqu'à 25 lb., et 12 s. pour ceux au-dessus de 25 lb. à 50 lb., sans que lui ni ses commis ne puissent se charger d'aucune lettre cachetée ou non cachetée, aux peines portées par les règlements des postes, ni qu'ils puissent empêcher l'envoi desdits paquets par des exprès. Que pour les paquets et ballots au-delà du poids de 50 lb. qui seront chargés sur ses voitures, il percevra 15 sols par quintal, sans qu'il puisse prétendre privilège exclusif pour la conduite d'iceux ».

Pour la fin du siècle, on peut étudier la desserte de la province en routes de poste et en haltes à partir des données de Durival pour 1778⁹⁴. Pour les années 1760, ces données peuvent être complétées par celles des *Almanachs de Lorraine*⁹⁵. La plupart des grands pôles commerciaux de la Lorraine centrale et méridionale étaient desservis par les carrosses, à l'exception notable de la direction de la Vôge. Plombières et Bains, pour leurs eaux, étaient desservies en 1762 via Mirecourt, mais la liaison disparaît une quinzaine d'années après. Le bourg de Darney perd ainsi sa desserte – qui n'est plus garantie que pour Mirecourt. Par ailleurs, Saint-Nicolas et Commercy sont sacrifiés entre 1762 et 1775. A l'inverse, quelques bourgs de foires et marchés profitent de leur localisation sur une route reliant deux grandes localités : Colombey-les-Belles et Martigny, situés sur l'itinéraire Nancy/Neufchâteau, Void et Saurupt dans le Barrois, sur la route de Nancy à Paris passant par Bar, Baccarat sur la route de Nancy à Saint-Dié⁹⁶.

b) La poste aux lettres

La présence de postes aux lettres est le signe de l'importance et de la nécessité de l'insertion d'une localité donnée dans les circuits de diffusion de l'information⁹⁷. Le système postal est organisé en Lorraine dès 1698 par le Duc Léopold : « les fermiers étaient assurés du privilège exclusif du transport, direct ou indirect, des lettres ou paquets, sur toutes les routes où il y avait postes, messageries, piétons ou estafettes, pour les porter, et ils percevaient à leur profit les taxes arrêtées au Conseil et ratifiées par l'enregistrement de la Chambre des comptes »⁹⁸. En dehors de Nancy, les Duchés étaient desservis par des bureaux secondaires, dits « bureaux de correspondance » ou « bureaux de distribution ». La desserte postale de la Lorraine ducale ne s'inscrit en fait ni dans une logique politique, ni dans une logique commerciale. Sur les 36 subdélégations que comptaient les Duchés en 1779, 19 ne sont pas desservies par un bureau de poste – sept d'entre elles ont même perdu leur bureau entre 1766 et 1779, en particulier dans la Lorraine allemande qui à partir de la fin du siècle devient particulièrement sous-équipée. La desserte y est dès lors sans doute assurée par des bureaux évêchois. A l'inverse, des localités importantes d'un point de vue économique mais de faible importance administrative comme Marsal ou Raon-l'Étape disposent d'un bureau de poste. La géographie des dessertes postales prioritaires recoupe dans l'ensemble largement celle des grands pôles commerciaux, mais laisse de côté un certain nombre de petits pôles importants

⁹⁴ DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, I, pp. 352-355 : « Les courriers ordinaires arrivent de Paris les lundis, mercredis et samedis, et du côté de l'Allemagne les dimanches, mardis et vendredis. Il y a des messagers deux fois la semaine pour le comté de Vaudémont ; trois fois pour la Vôge, deux fois pour Neufchâteau et le Bassigny. Diligence de Paris deux fois la semaine ; carrosse ordinaire de Paris une fois ; diligence de Strasbourg une fois ; celle de Metz cinq fois ; la guimbarde pour Metz une fois ; Carrosse de Lunéville trois fois la semaine ; de Saint-Dié une fois ; Remiremont et la Vôge une fois ; de Toul à Nancy deux fois ; de Mirecourt deux fois ; Dieuze une fois ; Saint-Mihiel, Verdun et Sedan une fois ; Neufchâteau une fois ; Bruyères et Rambervillers une fois ; De Besançon, une fois en quinze jours. » Rambervillers et Bruyères sont desservis dès 1739 ; Remiremont est desservi via Charmes et Epinal.

⁹⁵ Les références sont les mêmes qu'à la note 8.

⁹⁶ La liste des localités desservies par le carrosse est à l'annexe 3.

⁹⁷ Sur la poste aux lettres et son fonctionnement : Eugène VAILLE, *Histoire générale des postes françaises*, Paris, PUF, 1950 ; Patrick MARCHAND, *Les maîtres de poste et le transport public en France 1700/1850*, Thèse, Paris I, 2004 ; Anne CONCHON, « Postes et messageries en France (milieu du XVIIIe siècle – fin XVIIIe siècle) : prix et économie du transport des lettres », *Postes d'Europe XVIIIe - XXIe siècles. Jalons d'une histoire comparée / Post Offices of Europe 18th-21th century. A comparative history*, Paris, Comité pour l'histoire de la poste, 2007, p. 221-233. Pour l'étude que nous menons ici : Philippe GUIGNET, « Dénivellations de la géographie postale et polarisations urbaines : l'exemple de la France du nord de Louis XV à Napoléon Ier », *Revue du Nord*, 2000, 82, p. 353 à 366.

⁹⁸ Pierre BOYE, *Postes, messageries et voitures publiques et Lorraine au XVIIIe siècle*, Paris, Imprimerie Nationale, 1907, p. 6.

localement ou bien en croissance comme Darney, Cons-La Grandville dans le Pays Haut ou Bruyères⁹⁹. A vrai dire, la localisation des bureaux de poste correspond surtout à la recherche d'un quadrillage territorial optimal. Cela entraîne cependant pour les commerçants des localités non pourvues de bureaux des situations de dépendance vis-à-vis d'autres : en l'absence de bureau de distribution des lettres, les marchands sont contraints de passer par leurs collègues de localités desservies pour récupérer leur courrier ou envoyer des lettres¹⁰⁰.

1.2. Les pôles commerciaux de la Lorraine méridionale

Le moyen le plus simple de bâtir une typologie des pôles commerciaux à partir de données discrètes comme celles dont nous disposons est de recourir à une analyse en composantes multiples, qui est de nature à faire ressortir un certain nombre de profils de localités du point de vue de leurs activités¹⁰¹. Les différents facteurs sont représentés par les éléments décrits dans la sous-section précédente¹⁰².

1.2.1. La diversité des pôles commerciaux

Les deux axes de l'analyse factorielle ont des valeurs élevées¹⁰³. Le premier explique à lui seul 48,1 % de la variance : il oppose les localités équipées de foires et de marchés, dotées de lieutenances consulaires et de postes aux lettres, et situées sur les lignes de carrosses, à celles qui sont dépourvues de tous ces équipements. Le deuxième axe est lui aussi assez significatif, qui explique 16,7 % de la variance : il oppose les localités disposant d'une foire à ceux qui n'ont soit aucun équipement de commerce périodique soit seulement un marché.

Le découpage en groupes hiérarchisés opéré par le logiciel R laisse apparaître cinq grandes catégories de localités. La première, identifiée comme le « cluster 5 », regroupe les 16 localités dotées de l'appareil commercial le plus dense et les mieux reliées au reste de la province. Bien que disposant toutes de foires et de marchés, leur rayonnement commercial n'est ainsi vraisemblablement pas dû à leur seule place dans le commerce périodique. On y retrouve les principales villes des Duchés, comme Nancy, Lunéville, Epinal ou Pont-à-Mousson, mais aussi des localités plus modestes au rôle commercial important comme Bruyères, grand marché aux grains et aux bestiaux, ou Raon-l'Etape, pôle régional de collecte et de réexpédition des trains de bois issus de la Montagne. S'y oppose un groupe de localités de 1000 à 2000 habitants dépourvues d'institution de commerce périodique, médiocrement intégrées dans les circuits routiers et dont les milieux marchands ne sont pas très importants. Il forme le « cluster 2 ». S'il s'agit essentiellement de gros villages comme Bouxières-aux-Chênes ou Hennezel, ou de bourgs comme Flavigny-sur-Moselle ou Gondreville, on y trouve également les petites villes de Saint-Nicolas-de-Port ou de Rosières-aux-Salines : malgré l'importance numérique non négligeable de leurs milieux marchands, Saint-Nicolas étant même doté d'une lieutenance consulaire, la disparition de leurs fonctions commerciales périodiques les classe parmi les localités sans fonction commerciale d'envergure.

⁹⁹ La liste des localités disposant d'une poste aux lettres est à l'annexe 3.

¹⁰⁰ C'est le cas dans les années 1720 de Pierre Claux de Vrécourt, pourtant bourg de marché et de foire, qui n'est pas desservi par les facteurs : il doit compter sur des marchands de Neufchâteau pour recevoir ses lettres, localité distante de 25 km.

¹⁰¹ Les ouvrages de référence sur ce type d'outil statistique sont ceux de Philippe CIBOIS : *Les méthodes d'analyse d'enquêtes*, Paris, PUF, 2007 ainsi que : *L'analyse factorielle : analyse en composantes principales et analyse des correspondances*, Paris, PUF, 5^e édition, 2000.

¹⁰² Je remercie Alexandre HOBEIKA d'avoir eu l'amitié et la patience de procéder aux analyses factorielles utilisées dans ce travail à partir des données que je lui ai fournies.

¹⁰³ Les résultats de l'analyse factorielle sont présentés à l'annexe 4.

Les « clusters » 1, 3 et 4 renvoient à des localités de taille modeste ou médiocre, dépourvues de lieutenances consulaires et médiocrement intégrées dans les flux de circulation de la province, mais qui disposent d'équipement de commerce périodique. Leurs foires et marchés leur permettent un rayonnement plus ou moins large sur les environs, voire au-delà, mais celui-ci n'est pas porté par des marchands autochtones : c'est surtout par leur fonction de lieux de rencontre de commerçants extérieurs qu'ils exercent une fonction commerciale importante. Le « cluster 4 » rassemble les localités dotées de foires et de marchés, le « cluster » 1 celles ne possédant qu'un marché, et le « cluster » 3 celles simplement dotées de foires. Parmi ces gros villages et petits bourgs, seuls Fontenoy-le-Château et Châtel-sur-Moselle apparaissent dans d'autres sources comme des pôles commerciaux de quelque importance.

En définitive, la classification issue de l'analyse factorielle laisse apparaître une hiérarchisation assez évidente des localités du point de vue de leur importance commerciale, et recoupe les observations faites par ailleurs. Il est cependant utile de se pencher plus précisément sur le « cluster 5 », le groupe des localités les plus importantes du point de vue commercial. Ce sont elles qui en effet contribuent vraisemblablement à la polarisation des flux de marchandises sur le territoire. D'autres sources, les vingtièmes de l'industrie, nous permettent de les étudier plus soigneusement.

1.2.2. Les activités des localités

Les données précédentes permettent de mieux situer les localités dans une hiérarchie commerciale, faisant ressortir les localités à la population marchande nombreuse dotées d'une aptitude à la coordination des échanges. Les 16 localités formant la tête des espaces commerciaux lorrains ne jouaient cependant pas le même rôle, ne déployant pas des activités de même nature ni au même niveau. Il est ainsi possible de compléter notre typologie, en distinguant les principales places commerciales selon les spécialités marchandes qui y étaient représentées, tant dans le commerce de gros que dans celui de détail. Les relevés du « vingtième de l'industrie » conservés pour les dernières années du siècle nous livrent pour un grand nombre de localités la liste des spécialités commerciales représentées. La présence de commerçants de gros dans une localité dénote une fonction de coordination des échanges d'échelle régionale ou infrarégionale ; celle de spécialités rares dans le commerce de détail est le signe de la présence locale d'une demande suffisamment importante pour certains produits, mais aussi d'une capacité de rayonnement commercial importante.

Les données du « vingtième de l'industrie »

On dispose des abonnements du vingtième de l'industrie pour les années 1789/1790, pour la plupart des « offices » - les circonscriptions fiscales élémentaires - de la Lorraine ducale. Y sont imposés les villes, les bourgs et les autres localités dotées d'artisans ou de commerçants en nombre suffisamment important pour justifier une ponction fiscale. Les plus petites de ces localités ne contribuaient que pour un montant forfaitaire, à charge pour les autorités locales de les répartir sur les habitants concernés¹⁰⁴. Les plus grosses localités voient quant à elles l'assiette globale ventilée entre les corps de métiers, entre 15 et 80 selon les lieux. Les sources employées ici ne nous donnent pas l'assiette personnelle des impositions, dont la répartition incombe aux maîtres des corps de métiers, mais seulement des montants globaux par corps de métier. Ces documents ne fournissent ainsi aucune indication sur la

¹⁰⁴ Sur ces questions, voir : Georges GRANDSIRE, *L'impôt sur le revenu en Lorraine et Barrois au XVIIIème siècle. Les vingtièmes*, Paris, Sirey, 1927 ainsi que Pierre BOYE, *La querelle des vingtièmes en Lorraine, l'exil et le retour de M. de Chateaufort*, Nancy, Editions du Pays Lorrain, 1906.

démographie marchande, mais renseignent sur le poids relatif de chaque spécialité commerciale, artisanale ou manufacturière au sein de chaque localité¹⁰⁵. La taxe de chaque corps est en effet proportionnée à la prospérité globale de ses membres : s'il est abusif d'y chercher des chiffres d'affaires relatifs, cela permet tout au moins de préciser quelques rapports et quelques ordres de grandeur entre branches productives et commerciales.

Pour chacun de ces corps, sont précisées dans toutes les localités les spécialités productives ou commerciales qui entrent dans sa composition - en vue sans doute de limiter le nombre des requêtes pour taxation abusive. Il est donc possible sur cette base de déterminer les spécialités commerciales représentées dans les villes et les bourgs. Les désignations professionnelles retenues par les administrateurs sont stéréotypées : elles n'en reflètent que mieux le différentiel d'équipement des localités, une approche par les spécialités représentées permettant ainsi de mettre en évidence la place d'un pôle commercial dans l'appareil commercial territorial¹⁰⁶. La présence de fonctions de coordination commerciale comme le commerce de gros ou de spécialités rares desservant des demandes socialement étroites, aide en effet à distinguer entre les localités à fort rayonnement et celles tournées vers la satisfaction d'une demande locale élémentaire¹⁰⁷.

Il nous est par ailleurs possible de préciser l'importance de la fonction d'échange dans les localités considérées. En nous appuyant sur le montant de la taxe de chaque corps de métier, nous pouvons estimer le poids relatif des activités destinées à la desserte de la population locale et de celles destinées à satisfaire les besoins des populations extérieures. Cela nous permet de prendre une première mesure du rayonnement commercial des localités étudiées et de préciser quelque peu le profil commercial de chacun des pôles commerciaux étudié. Dans les travaux d'économie urbaine inspirés par la théorie de la « base économique », une distinction est faite entre un secteur entraîné, destiné à la satisfaction de la seule demande locale, et un secteur moteur, dit « basique », tourné vers les besoins des populations locales et de celles des environs. Dans ce modèle, les activités basiques comprennent en particulier l'artisanat, les manufactures et le commerce – autant de branches qui contribuent à asseoir le rayonnement commercial des localités sur les espaces environnants, et qui participent à la polarisation des territoires.

Cette approche est problématique, qui considère que les activités « externes » sont les seules à générer des effets d'entraînement sur les autres branches économiques – et qu'elles formeraient donc l'unique moteur du développement de ces localités. Sans chercher ici à s'inscrire dans cette théorie, ni même à la réfuter, nous nous contenterons de reprendre la distinction entre activités de desserte interne et celles de desserte externe : la primauté numérique des premières est le signe d'une structure économique tournée vers la consommation locale, celle des secondes témoignant quant à elle du rôle important de la coordination régionale ou micro-régionale des échanges dans les activités de la localité. Comme il s'agit seulement de prendre une mesure générale de profils économiques, nous n'avons pas besoin d'indicateurs très précis : le montant auquel chaque groupe de métier de chaque localité est assujéti pour le vingtième de l'industrie est pris comme un indicateur suffisant de sa prospérité. Puisqu'il s'agit simplement de mesurer le poids relatif des branches économiques, et non de calculer des chiffres d'affaires, l'approximation nous semble acceptable. Notons ici que les activités agricoles ne sont pas sujettes aux vingtièmes de l'industrie : nos calculs ne sont donc valables que pour les « arts et manufactures ».

¹⁰⁵ Andrew HANN et Jon STOBART, "Retailing revolution in the 18th century? Evidence from North-west England", *Business History*, 46-2, 2004, pp. 171-194.

¹⁰⁶ Jacqueline BEAUJEU-GARNIER et Annie DELOBEZ, *La géographie du commerce*, Paris, Masson, 1977, p. 160 sqq.

¹⁰⁷ PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 440-447.

Nous considérons comme activités internes les branches tournées vers l'alimentation ou la « reproduction simple » des populations et de leur cadre de vie¹⁰⁸. Dans les faits, un certain nombre de services et d'activités artisanales sont ubiquistes, et se retrouvent dans jusque dans les villages : bâtiment, vêtement et accessoires (tailleurs et perruquiers en particulier), équipement et décoration des intérieurs (comme la menuiserie). Elles ne contribuent donc pas vraiment à la polarisation locale. Nous considérons par contre comme activités externes celles tournées vers la production de commodités (destinées à être écoulées sur les marchés locaux ou bien à une échelle plus vaste, qu'il s'agisse d'étoffes, d'accessoires ou d'autres produits de consommation courante), les services rares et de niveau supérieur (apothicaires et orfèvres notamment), les activités de coordination de flux commerciaux au niveau régional ou local (marchands grossistes), celles destinées à desservir les populations locales ou de l'extérieur (commerce de détail), ainsi que les auxiliaires de la circulation des marchandises (aubergistes, voituriers). Il est en définitive possible de proposer le regroupement par branches suivant :

A) Activités non-basiques :

- 1) Alimentation (bouchers, boulangers, cabaretiers, cafetiers, maîtres de billard) ;
- 2) Bâtiment et équipement des logis (maçons, charpentiers, serruriers, menuisiers, vitriers, selliers, bourreliers, maréchaux-ferrants) ;
- 3) Confection des vêtements (cordonniers, perruquiers, tailleurs) ;

B) Activités basiques :

- 4) Marchands en gros de produits naturels (huiliers, marchands de grains, marchands de bois, etc.) ;
- 5) Producteurs d'étoffes et d'accessoires (bonnetiers, chapeliers, drapiers, tisserands) ;
- 6) Production d'autres produits de consommation courante (poterie, chaudronniers, etc.) ;
- 7) Services de qualité supérieure (apothicaires, orfèvres, imprimeurs et libraires) ;
- 8) Marchands de gros et de détail (commodités) ;
- 9) Secteur des transports (voituriers et aubergistes).

Les principales places de commerce : une hiérarchie fonctionnelle

L'analyse des données du vingtième de l'industrie permet de préciser le profil fonctionnel des principaux pôles commerciaux, à partir notamment des spécialités marchandes relevées dans les feuilles du vingtième, les plus discriminantes en termes de fonction régionale des localités sont sans doute les activités de coordination des flux – tout particulièrement celle de commerçant en gros.

A cet égard, se détache tout particulièrement Nancy, dont le corps des marchands de gros est séparé des autres commerçants. On y retrouve d'ailleurs la fonction de commissionnaire-expéditeur, qui témoigne d'une fonction de coordination interrégionale, que l'on ne retrouve pas ailleurs : lors du débat sur le reculement des barrières, récurrent à partir des années 1760, les grands marchands nancéiens insistent à l'envi sur le rôle de leur ville dans le commerce de transit entre les espaces français, alémaniques et les Pays-Bas autrichiens. Les bonnes villes des Duchés comme Lunéville, Epinal, Neufchâteau, Saint-Dié, Remiremont ou Mirecourt disposent également de marchands de gros, tout comme – ce qui est plus surprenant – de gros bourgs comme Blâmont, Charmes ou encore Vézelize : la répartition assez étale sur le territoire de ce type d'acteurs vient sans doute nuancer l'idée

¹⁰⁸ Félix DAMETTE et Jacques SCHEIBLING, *La France, permanences et mutations.*, Paris, Hachette, 1996. La classification employée ici reprend celle de Jean-Claude PERROT pour Caen, pp. 442-447.

d'une domination écrasante – tout au moins pour la fin du siècle – des marchands de Nancy sur le commerce de la province. Elle suggère que dans un certain nombre de petites villes les commerçants les plus importants exerçaient une fonction de redistribution des marchandises à une échelle sous-régionale, venant probablement concurrencer une capitale provinciale à l'aire d'influence commerciale restreinte. Il faudrait cependant préciser le niveau d'affaires de ces marchands grossistes : le fait qu'ils soient taxés à part à Nancy et conjointement aux autres marchands ailleurs, le niveau même des taxes pour les grossistes nancéiens comparativement aux autres, laissent peu de doute quant au poids de chacune des localités dans le commerce de gros¹⁰⁹.

L'ampleur des fonctions de coordination régionale et infrarégionale transparaît dans le poids des activités basiques dans le vingtième de l'industrie. Elles représentent en moyenne 58,6 % des montants, avec de grandes variations entre localités.

Place des fonctions basiques dans les activités économiques des localités	Nombre de localités concernées	Nom des localités
Fort poids (> 70 % du montant du vingtième)	2	Nancy, Pont-à-Mousson
Surreprésentation (> 58,6 % du montant du vingtième)	9	Rambervillers, Mirecourt, Neufchâteau, Saint-Nicolas, Commercy, Remiremont, Charmes, Epinal, Châtel-sur-Moselle
Sous-représentation (de 50 à 58,6 % du montant du vingtième)	6	Vézelize, Bruyères, Lunéville, Blâmont, Nomeny, Saint-Dié
Faiblesse (< 50 % du montant du vingtième)	3	Darney, Badonviller, Rosières-aux-Salines

Neuf localités parmi celles étudiées voient les activités non-basiques surreprésentées : on y retrouve un certain nombre de petites villes, sièges de marchés et de foires, comme Bruyères, Vézelize, Darney, Nomeny, Badonviller, ou qui perdent leurs installations commerciales à la fin du siècle comme Rosières. Malgré la promotion que connaissent plusieurs d'entre elles, comme Vézelize qui obtient une lieutenance consulaire en 1778, ou Darney, promue en 1774, tout semble indiquer que l'envergure commerciale de ces pôles est très restreinte : les commerçants n'y paient respectivement que 14,8 et 15,9 % des vingtièmes de l'industrie, contre 23 % en moyenne dans l'espace considéré (hors Nancy). Bien qu'étant un marché aux grains important, faisant la jonction entre les pays de la Plaine et ceux de la Montagne, Bruyères n'a manifestement qu'un rôle modeste dans les autres branches du commerce¹¹⁰. D'autres villes plus importantes sont elles aussi au-dessus du seuil, comme Lunéville, Blâmont ou Saint-Dié, où les activités internes représentent autour de 37 % des cotes de l'imposition. Dans les trois cas, les activités marchandes y sont assez médiocrement représentées, ne pesant jamais plus de 21 % du total des vingtièmes de l'industrie, malgré la fonction de commerce de gros qui s'y trouve exercée. Lunéville, ville de résidence ducale

¹⁰⁹ Les seules villes jugées dignes de mention en Lorraine centrale et méridionale par les *Almanachs généraux des marchands, négociants et commerçants de la France et de l'Europe* ainsi que par l'*Almanach du commerce* de GOURNAY sont Nancy, Bar-le-Duc, Mirecourt et Lunéville.

¹¹⁰ Henri LEPAGE, « Notice historique sur la ville de Bruyères », *Annales de la Société d'Emulation du département des Vosges*, XVII, 1878, pp. 142-204 ; Constant LEMASSON, « Bruyères pendant la seconde moitié du XVIIIe siècle », *Annales de la Société d'Emulation des Vosges*, 1898, pp. 99-260 ; Jean-Paul ROTHOT et Jean-Pierre HUSSON (dir.), *Bruyères entre plaine et montagnes*, Epinal, Société philomatique vosgienne/Société d'émulation des Vosges, 2006.

déchue depuis la mort de Stanislas en 1766, est alors la deuxième ville des Duchés en termes de population, avec près de 12.000 habitants en 1789. La ville produit peu pour l'exportation en dehors de la faïencerie, qui connaît au demeurant des difficultés à partir des années 1770 ; la fabrique de serges, d'étamettes et de bas ne semble pas produire avec des volumes considérables, et le produit est surtout destiné à la consommation des environs¹¹¹. Saint-Dié, siège d'un riche chapitre largement possessionné dans la montagne, plus isolée, dispose d'une branche d'industrie assez prospère avec l'imprimerie, qui en fait un petit pôle exportateur non négligeable¹¹². La ville exerce par ailleurs une fonction commerciale de gros, redistribuant des marchandises dans les environs¹¹³.

Onze localités présentent quant à elles un profil économique davantage tourné vers la desserte de l'extérieur. Il faut tout d'abord signaler les deux cas de Saint-Nicolas et de Rambervillers, qui ne brillent pas tant par l'envergure de leurs marchands que par la place importante qu'y occupent les producteurs d'étoffes et d'accessoires de vêtements, qui représentent dans les deux cas le quart des sommes du vingtième de l'industrie. Epinal, Charmes et Remiremont ont quant à elles un niveau général d'activités externes moyen – de 50 à 55 % des sommes dues, mais cela est semble-t-il surtout dû à la faiblesse relative des activités de production locale, car la place des marchands est importante : de 28 à 32 % des sommes dues. Pont-à-Mousson et Commercy présentent cette particularité, mentionnées plus haut, de disposer d'une branche de commerce de produits naturels très importante : dans le cas de Commercy, il s'agit des grains, la ville exerçant une fonction de redistribution des blés lorrains vers les espaces français environnants – les commerçants en grains enlèvent ainsi plus de 20 % des sommes dues ; dans le cas de Pont-à-Mousson, c'est le commerce du bois qui est très actif : les bois des Vosges sont flottés par la Moselle jusqu'à la ville, où ils sont tirés de l'eau pour être expédiés vers Bar-le-Duc, d'où ils sont envoyés en France et dans les Pays-Bas¹¹⁴. Neufchâteau, Mirecourt et Nancy comptent enfin parmi les localités où les activités externes pèsent le plus : hors auberges et cabarets, elles représentent plus de 60 % de la taxe. Ces trois villes se distinguent, à des niveaux divers, par le fort poids du commerce de gros et de détail, pour plus de 30 % dans les trois cas, ainsi que dans le cas de Mirecourt la lutherie, qui enlève 12 % des sommes dues.

Les seules véritables villes de manufactures des Duchés sont Mirecourt, Saint-Nicolas et Rambervillers. La première était une ville aux fabriques de dentelle et de lutherie importantes, et l'un des seuls pôles commerciaux lorrains mentionnés dans les *Almanachs du commerce* à la fin du XVIIIe siècle¹¹⁵. Saint-Nicolas est une ancienne ville manufacturière et commerçante importante au XVIe siècle, mais qui se maintient au XVIIIe siècle comme centre de production de petites étoffes de diffusion locale¹¹⁶. Rambervillers semble s'affirmer

¹¹¹ GOURNAY, *Op. cit.*, p. 343.

¹¹² Pour Saint-Dié, voir : Albert RONSIN, *Saint-Dié des Vosges : 13 siècles d'histoire, 669-1969*, Colmar, SAEP, 1972 ainsi que Georges BAUMONT, *Saint-Dié des Vosges, origines et développement*, Saint-Dié, Chambre de commerce, 1961.

¹¹³ Par l'entremise de plusieurs marchands grossistes d'envergure importante comme Claude Gaillot. A son propos, voir : Marie-José FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, mémoire de maîtrise en histoire, Université Nancy II, 1970.

¹¹⁴ Roger MALHER, « La vie à Pont-à-Mousson au XVIIIe siècle d'après la chronique de Jean-Michel Pierson », in *Pont-à-Mousson : essor et fastes d'une ville, XIIe-XXe siècles*, Haroué, G. Louis, 2010, pp. 141-162.

¹¹⁵ GOURNAY, *Op. cit.*, p. 393 + GOURNAY, 1778, p. 169. Les activités économiques de Mirecourt sont décrites dans plusieurs ouvrages : Charles GUYOT, *Mirecourt et ses habitants*, Mirecourt, A. Chassel, 1911 ; François CLASQUIN, *Mirecourt, temps passés, temps présents*, Paris, Berger-Levrault, 1911 ; Jean-Paul ROTHOT et Jean-Pierre HUSSON (dir.), *Mirecourt, une ville et ses métiers*, Epinal, Fédération des Sociétés Savantes des Vosges, 2013.

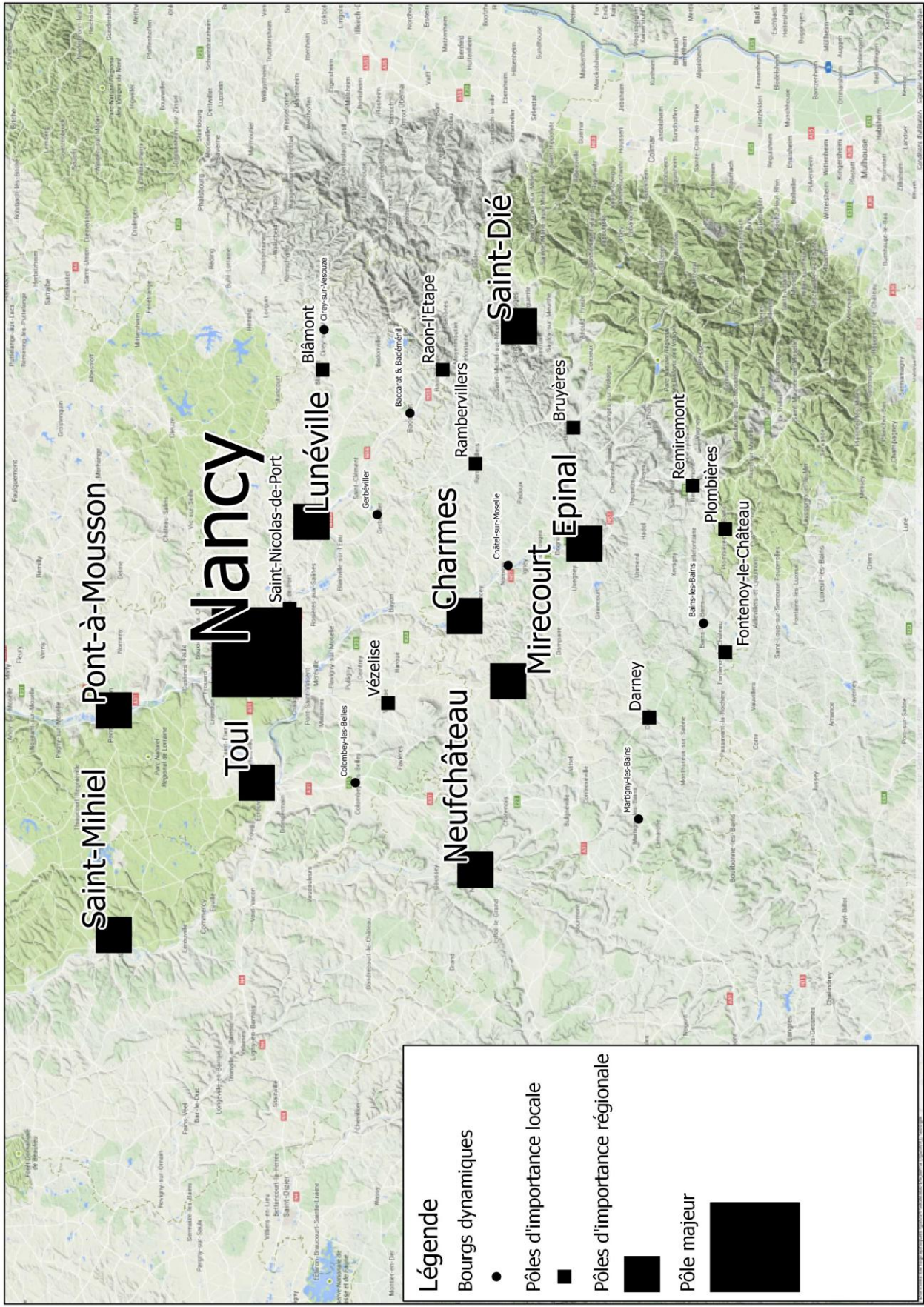
¹¹⁶ Michel MAZERAND, *Une ville lorraine chargée d'histoire, Saint-Nicolas-de-Port*, Saint-Nicolas-de-Port, Connaissance et renaissance de la Basilique, 1985 ; Odile KAMMERER-SCHWEYER, *La Lorraine des*

comme petit pôle manufacturier de Lorraine centrale¹¹⁷. Outre une fonction de collecte des grains destinés à la Suisse et à l'Allemagne, on y trouve beaucoup de manufactures : « petite draperie, toiles, fils et bas de laine, manufacture de faïence, papeteries, tannerie, taillanderie et brasserie », si l'on en croit Gournay. La manufacture de faïence de la ville écoule beaucoup de ses produits en Suisse, les manufactures de papier et les deux forges des environs fournissent les marchands de la région, tandis que la tannerie destine ses produits à l'Allemagne¹¹⁸.

marchands à Saint-Nicolas-de-Port : du 14e au 16e siècle, Saint-Nicolas-de-Port, Connaissance et renaissance de la Basilique, 1985 ; Émile BADEL, *Les grands jours de Saint-Nicolas-de-Port : histoire d'une cité lorraine*, Paris, Office d'édition du livre d'histoire, 1998 ; *Saint Nicolas : actes du symposium des 8-9 juin 1985*, Saint-Nicolas-de-Port, Connaissance et renaissance de la basilique, 1988.

¹¹⁷ Alban FOURNIER, *Rambervillers au XVIIIe siècle*, Epinal, V. Collot, 1882.

¹¹⁸ GOURNAY, *Ibid.*, pp. 543 et 544.



Légende

- Bourgs dynamiques
- Pôles d'importance locale
- Pôles d'importance régionale
- Pôle majeur

2. Les pôles commerciaux et leurs marchands

La caractérisation des fonctions commerciales des places marchandes met en évidence l'organisation des espaces économiques de Lorraine méridionale, mais ne nous dit rien ou presque des acteurs de la circulation des marchandises – notamment de leur nombre, de leur ventilation entre spécialités ou de leurs niveaux d'affaires. Une telle étude est à vrai dire délicate à mener : il est en effet difficile de déterminer le nombre et les spécialités des marchands présents en Lorraine en l'absence d'enquête uniforme, tant pour la période « ducale », que pour la période « française » ou l'époque révolutionnaire. On ne peut y procéder de manière approfondie que pour quelques localités dont les rôles d'impositions ont été conservés : les chiffres globaux de dotation commerciale des localités ne pourront être que déduits par extrapolation de ces résultats.

2.1. Les niveaux de population marchande : l'approche par les *ratios*

2.1.1. Principes et problèmes

Le nombre des marchands présents dans les localités n'a pas beaucoup de sens pris isolément, et doit nécessairement être rapporté à d'autres données. La première à laquelle on pense est le nombre d'habitants, qui permet de calculer des *ratios* de marchands pour un nombre donné d'habitants. Cette approche est fréquente dans les travaux anglo-saxons sur le commerce et ses acteurs, et présente l'avantage de permettre des comparaisons aisées entre localités, voire entre régions. Tout le problème est cependant d'interpréter ces données. Les difficultés sont principalement de deux ordres : le premier tient à la légitimité de l'agrégation entre eux de marchands en vue de d'élaborer un indicateur unique (problème des données au numérateur), le second découle de l'ambiguïté d'un indicateur reposant uniquement sur la population, sans tenir compte de données plus générales, comme la structure de cette population ou la position économique relative de la localité observée (problème des données au dénominateur).

Les difficultés à agréger des données potentiellement dissemblables ont été soulevées par Nancy Cox : en effet, quand bien même une spécialité marchande serait mentionnée, le problème est de savoir ce qui est vendu, quelles sont les activités pratiquées, et quel est le niveau d'affaires des marchands en question. Que vend-on et à qui ? On ne peut rien avancer de concluant quant à l'ampleur de la circulation des marchandises à partir de la simple présence de marchands, tant que la question des marchandises vendues, du niveau d'affaires, du degré d'implication des marchands dans le commerce (c'est-à-dire de la combinaison des activités commerçantes avec d'autres opérations) et, surtout de la fréquence des rapports de la clientèle à la boutique n'a pas été tranchée. A l'inverse, des activités marchandes peuvent avoir été pratiquées par des particuliers sans que la profession de marchand soit mentionnée dans les documents utilisés : le commerce serait ainsi une source de revenu annexe, pas forcément signalée. Des « marchands » peuvent très bien être mentionnés dans les relevés de population, alors que le commerce n'est pour eux qu'une activité secondaire – dont par exemple, ils seraient en train de se désengager pour devenir simples rentiers -, quand d'authentiques commerçants n'en auraient pas le qualificatif – par exemple des aubergistes marchands de grains et de mercerie, seulement mentionnés par leur activité primaire. Le problème est donc autant celui de la définition de l'activité marchande, que de l'évaluation des niveaux d'affaires effectifs : un *ratio* égal entre deux localités peut dissimuler des niveaux d'affaires et de relation entre les consommateurs et les commerçants très variables¹¹⁹.

¹¹⁹ Nancy COX, *The Complete Tradesman: a Study of Retailing, 1550-1820*, Aldershot, Ashgate, 2000, p. 41.

Un autre problème est celui de la détermination de la population de référence. Le simple rapport au nombre d'habitants minore le rôle de la structure des activités de la population et de sa richesse de la population : il y a en effet fort à parier que le nombre de boutiquiers sera plus faible dans les zones les plus pauvres. Par ailleurs, la répartition des marchands n'est pas étale sur le territoire : certaines localités sont privilégiées, par leur centralité, par la densité de leurs équipements commerciaux ou encore par leur accessibilité. Il est donc tout à fait possible qu'à population égale le nombre de marchands par habitants ne soit pas le même dans une localité dotée de foires et de marchés et située sur des voies de communication, et dans une autre non dotée de tous ces attributs¹²⁰. L'approche en termes de *ratios* de population peut ainsi minorer ces effets de polarisation commerciale, et il faut absolument tenir compte dans l'analyse du rayonnement des localités sur les environs.

Les objections ainsi soulevées ne suffisent cependant pas à disqualifier totalement une approche par les *ratios* marchands. L'apparition du terme de « marchand » comme première activité déclarée par les contribuables est en soi un fait important : elle est le signe de l'existence d'une demande locale suffisamment importante. S'il nous est impossible de déterminer l'ampleur de la participation des marchands à la circulation des marchandises, on pourra cependant s'en faire une idée en prenant en considération, là où c'est possible, le niveau des doubles activités qu'ils exerçaient. Il n'est pas sûr en effet que les marchands aient tous eu une seule activité, en particulier dans les campagnes et les bourgs. Il convient donc de prendre la mesure des combinaisons d'activités, de la diversification des spéculations – qu'il s'agisse de la volonté de riches laboureurs-cabaretiers de se livrer au commerce de marchandises pour élargir la gamme de leurs spéculations, ou bien que la vente de mercerie soit un moyen pour de petits artisans ou des manœuvres d'assurer leur survie.

La seule prise en compte du nombre de marchands peut en outre tendre à minorer la participation d'autres groupes professionnels à la desserte de la population en marchandises. Il faudra ainsi replacer les commerçants dans l'ensemble de l'offre de services aux populations : combien d'autres professions se trouvent sur les mêmes créneaux d'affaires, en particulier dans l'artisanat ? Quelle importance les marchands ont-ils dans la localité par rapport à d'autres services, comme les cabarets, les auberges, les voituriers, les médecins ? Par ces nuances et ces compléments d'analyse, nous comptons répondre aux objections du premier groupe formulées plus haut. Quant à celles du deuxième groupe, portant sur la population de référence, il semble bien évident que la signification du nombre de marchands par habitants est largement tributaire de la richesse de la localité – ou de l'espace – considérée, et qu'il faut prendre en compte la fonction de la localité étudiée dans l'appareil commercial de la région étudiée. Au lieu d'une simple comparaison entre agglomérations de niveau de population équivalente, il vaut donc mieux mettre en parallèle des localités de même profil économique et fonctionnel, tel que nous l'avons présenté précédemment.

2.1.2. *Les sources disponibles*

En l'absence de recensements de population, les relevés les plus exhaustifs des habitants et de leurs activités sont les rôles d'imposition – en particulier ceux des patentes révolutionnaires et de la subvention, l'équivalent lorrain de la taille. Le recours à une telle

¹²⁰ « C'est en ce sens que la notion de densité commerciale peut être génératrice d'ambiguïté, surtout lorsqu'elle est employée à des échelles géographiques assez finies : risque d'assimilation abusive entre densité commerciale et normes d'équipement et d'affectation implicite d'un espace donné à un établissement ou à un groupe d'établissements. », Michel COQUERY, *Mutations et structures du commerce de détail en France : étude géographique*, Cergy, Le Signe, 1977, tome 1, p. 233.

documentation, pour les questions qui nous occupent, pose néanmoins des problèmes importants qu'il s'agit de surmonter¹²¹.

Les relevés des patentes

Imposition créée à la Révolution, la patente et ses registres ne peuvent nous donner d'indications que pour la toute fin de période. Il faut distinguer deux époques de la patente, l'une allant de sa création en 1791 à sa suppression en mars 1793, et une autre de sa recréation à l'été 1795 (Thermidor An III) jusqu'en l'An VII. La « première » patente s'attache à taxer tous les « agents de l'industrie », qu'il s'agisse de commerçants ou de fabricants, de quelque envergure qu'ils soient. La seconde patente, avec ses aménagements successifs jusqu'en l'An VII, pèse par contre exclusivement sur les commerçants. Dans les deux cas, les marchands sont relevés, avec plus ou moins de précision dans l'indication des spécialités ; dans les deux cas également, il ne faut pas attendre des données rassemblées des indications précises sur les niveaux d'affaires. Dans le calcul de la première patente, c'est la valeur locative des boutiques, magasins, maisons et ateliers qui est retenue comme base de l'imposition ; dans la seconde, « le tarif de perception est adossé à une nomenclature qui distingue trois types de commerçants en gros et deux catégories de revendeurs, différenciés par la nature de leurs locaux professionnels (magasin, boutique) »¹²² Chaque cas de marchand étant spécifique – ses activités ne coïncident que rarement avec la netteté de classifications administratives (marchand de gros, marchand commissionnaire, marchand-fabricant, marchand de détail ayant boutique et magasin, marchand de détail ayant seulement boutique) –, et chaque commerçant s'efforçant d'obtenir le plus d'exemptions possible, il s'efforce de décrire son commerce de la manière la plus précise possible (avec ou sans magasin, avec ou sans boutique) – quitte à frauder. Par chance, dans la plupart des registres de la « seconde patente » consultés, les responsables du bureau mentionnent scrupuleusement les activités des commerçants – sans doute dans une perspective de contrôle policier des activités commerciales bien dans l'esprit de la seconde loi sur les patentes¹²³.

Le contexte politique spécifique dans lequel les registres des patentes ont été dressés risque d'introduire quelques biais dans nos résultats. La suppression en 1791 du statut douanier particulier de la province, qui rendait possible un commerce d'intermédiation entre les espaces germaniques et les espaces français, a sans doute entraîné la disparition d'une partie des commerçants de gros, ou du moins les a poussés à réorienter leurs activités. Par ailleurs, l'émigration d'une partie des élites, notamment aristocratiques, a vraisemblablement réduit la clientèle des marchands d'accessoires, des marchands de modes et des détaillants les plus liés au commerce de luxe. Il se peut donc que ces catégories marchandes soient sous-représentées dans les relevés par rapport aux années précédant la Révolution. Aux niveaux supérieurs de la hiérarchie commerciale, tant du commerce de gros que du commerce de détail, il se peut donc que l'image donnée soit biaisée. Mais c'est sans doute aux niveaux inférieurs du commerce que la sous-évaluation induite par les patentes est la plus forte. Dans la mesure où cette imposition est déclarative, il se peut fort que bon nombre de participants occasionnels au commerce – qui vraisemblablement constituaient un part non négligeable du petit commerce – n'y figurent pas : les revendeurs, regrattiers, « cossons », et sans doute aussi

¹²¹ Jean-Claude PERROT, « Introduction à l'emploi des registres fiscaux en histoire sociale. L'exemple de Caen au XVIIIe siècle », *Annales de Normandie*, 16, 1, 1966, pp. 33-63.

¹²² Dominique MARGAIRAZ, « Enjeux et pratiques des classifications du commerce en France. Les trois figures de différenciation gros/détail », in *Retailers and Consumer Changes in Early Modern Europe. England, France, Italy and Low Countries/Marchands et consommateurs : les mutations de l'Europe moderne. Angleterre, France, Italie, Pays-Bas*, Tours, Presses de l'Université François-Rabelais, 2005, p. 226.

¹²³ Jean LAFOURCADE, *Histoire de la patente. La patente à l'époque révolutionnaire et impériale*, s.l.n.d., (Thèse de droit, Paris, 1965).

plusieurs petits merciers et marchands ambulants échapperaient de ce fait aux relevés. Ces sources relèvent ainsi les activités stables (et non les occupations ponctuelles), et ont sans doute tendance à surévaluer la part des affaires de rang moyen et supérieur dans l'ensemble des activités commerciales.

Mais plus généralement, c'est la manière même dont ces registres de patente sont tenus qui pose problème, et qui rend difficile leur agrégation. Outre le nombre assez restreint de registres conservés, il apparaît qu'ils ne couvrent pas nécessairement le même espace géographique : certains concernent une commune, d'autres un canton, d'autres enfin recensent toutes les patentes délivrées dans une municipalité indépendamment du domicile des marchands. Cela n'est en soi pas très grave face à la plus grosse lacune de ces documents, puisque dans bien des cas, les professions des patentés ne sont pas indiquées ! En définitive, nous ne pouvons utiliser que quelques relevés : ceux de Bar-le-Duc pour l'An V, ceux de Lunéville, Blâmont, Vézelize et Cirey-sur-Vezouze pour l'An III, ceux enfin de Fraize et Cornimont dans les Vosges pour l'An IV. Malgré tout l'intérêt de ces relevés, leur signification est ambiguë : tous les commerçants effectifs ne sont sans doute pas recensés, et un certain nombre ont sans doute été patentés ailleurs. On ne peut dans tous les cas pas voir dans ces listes des images fidèles de la population marchande des localités : cependant, elles permettent – ce qui est déjà beaucoup – d'associer à des types de localités des types d'activités, et peuvent donner une image assez précise des activités marchandes pratiquées dans les localités de délivrance.

Les rôles d'impositions : Subvention et Ponts et Chaussées

Pour étudier les marchands et leurs profils d'activité tout au long du XVIIIe siècle, nous avons également recours aux rôles d'imposition personnelle, à défaut de rôles de taxes précis et réguliers sur les commerçants exploitables de manière sérielle¹²⁴. Sans même parler des difficultés d'utilisation des rôles d'impositions, c'est la légitimité même d'une telle approche qui pose problème. En choisissant d'étudier le problème de la dotation commerciale des territoires à partir du nombre des marchands, nous sommes amenés à renoncer à une approche en termes de points de vente – qui est de toute évidence la plus satisfaisante¹²⁵. Des marchands peuvent en effet très bien s'associer pour gérer ensemble une boutique ou un magasin. On a cependant de bonnes raisons de penser que les boutiques étaient tenues par une seule personne, assistée de sa femme ou d'un ou plusieurs commis. Comme le suggèrent les inventaires et bilans de faillite déposés au greffe de la justice consulaire, ainsi que de manière plus convaincante – car moins biaisée – les relevés des marchands de la ville des années 1740 et 1750, les cas d'association marchande étaient relativement rares en Lorraine, et à un marchand correspondait une boutique ou un magasin – quand bien sûr il n'était pas colporteur. Les seules sociétés de commerce étaient apparemment le fait de gros marchands. Il faudrait également pouvoir affirmer qu'à un marchand ne correspondait qu'un seul point de vente : à dire vrai, dans les inventaires de faillite que nous avons dépouillés et que nous étudierons dans les chapitres suivants, nous n'avons pas retrouvé un seul cas de marchand disposant de deux magasins ou de deux boutiques. Le seul exemple mentionné est celui d'Antoine Crampel, étudié par Denise Hainzelin, et qui joignait dans les années 1750 une boutique à Nancy et une autre à Lunéville : mais il s'agit d'un marchand d'étoffes et d'accessoires d'un haut niveau d'affaires, fournisseur de la bonne société des deux villes¹²⁶. Cette pratique

¹²⁴ Les rôles d'impositions employés sont présentés en annexe 5.

¹²⁵ Diane COLLINS, "Primitive or not? Fixed shop retailing before the Industrial Revolution", *Journal of Regional and Local Studies*, 13/1, 1993, pp. 4-22.

¹²⁶ Danièle HAINZELIN, *Les activités commerciales d'Antoine Crampel, marchand de Lunéville 1758-1775*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1970.

commerciale semble dans tous les cas très minoritaire. Nous retiendrons donc comme première approximation qu'à un marchand détaillant correspondait généralement une boutique et une seule. Les relevés des marchands nous donnent, dans le cas qui nous occupe, une *approximation suffisante* du nombre de points de vente.

La meilleure série de documents disponibles est constituée par les rôles d'imposition de la Subvention et des Ponts et Chaussées. La Subvention est à l'origine l'imposition établie par les autorités françaises lors de l'occupation de la Lorraine à la fin du XVII^e siècle : elle fut cependant adoptée par le Duc Léopold par l'ordonnance du 22 avril 1698, pour devenir la principale imposition directe des Duchés après recouvrement de leur indépendance¹²⁷. Le prélèvement en est couplé à partir des années 1720 avec les Ponts et Chaussées, dont les rôles étaient légèrement différents, certains cas d'exemption de la subvention n'étant pas retenus pour les Ponts et Chaussées. Les principes présidant à l'assiette des sommes dues sont simples : « la répartition est effectuée, une fois les parts respectives de la Lorraine et du Barrois arbitrairement fixées. Les Chambres des Comptes respectives des deux duchés procèdent d'abord au département, c'est-à-dire à une répartition de premier niveau entre les offices de leur ressort. Le montant global, assigné à chaque office, est ensuite partagé entre les communautés. Les prévôts se rendent dans chacune d'entre elles pour faire dresser par le maire un état des terres avec leur nature et qualité et un rôle des habitants. Les sujets dénombrés sont répartis en quatre classes en fonction de leur qualité, force et facultés. L'établissement du rôle se fait sous la surveillance des maires et d'habitants des communautés voisines. Le maire de la communauté concernée répartit une imposition fictive de cent livres et inscrit sur le rôle la part de chacun dans les cent livres, le *piéd certain*. (...) Le rôle, signé par le maire, est certifié par le curé et le prévôt avant d'être envoyé à la Chambre des Comptes. »¹²⁸ La ville de Nancy est exempte de la subvention, tout comme celles de Lunéville et Bar-le-Duc : elles sont cependant soumises aux Ponts et Chaussées, que leurs habitants paieront chaque année à partir des années 1720. Si les rôles ne sont plus disponibles pour Bar, et sont très lacunaires pour Lunéville, on aura cependant recours à ceux de Nancy.

Quelle utilisation pouvons-nous faire de ces documents, dans la perspective qui nous occupe ? Les rôles de Subvention et de Ponts et Chaussées, le plus souvent couplés, sont de mieux en mieux tenus au fil du siècle : dès les années 1730, leur structure est parfaitement conforme aux « mandements » des Chambres des Comptes, qui leur demandent d'indiquer scrupuleusement la profession des cotisés, les terres qu'ils possèdent lorsqu'il s'agit de laboureurs, et d'indiquer le montant du piéd certain et la somme d'imposition à payer¹²⁹. Par ailleurs, dès les années 1730, les rôles relèvent soigneusement, en conformité aux règlements, les exempts à titres divers, les pauvres insolubles et les morts. Les mentions de profession des cotisés nous permettent ainsi de repérer les marchands présents dans les localités, qu'il s'agisse des villages ou des villes. Du fait du caractère fastidieux de l'élaboration des rôles, et des conditions spécifiques d'élaboration dans les villes, la précision des mentions professionnelles y est bien moindre que dans les villages : alors que dans les premières on ne trouve mention que de la profession principale du cotisé, les indications pour les campagnes permettent souvent de connaître les combinaisons d'activités des ruraux. Il serait à vrai dire surprenant que les urbains, tout au moins les plus pauvres, n'aient jamais connu de double activité. Dans le cas des villes, il nous faut nous contenter des premières professions - les principales : notre approche des activités marchandes a donc tendance à minorer la

¹²⁷ Jean-Michel DIEDLER, « Fiscalités et sociétés rurales en Lorraine méridionale : l'exemple de la prévôté de Bruyères de René II à Stanislas (1473-1766) », in Antoine FOLLAIN & Gilbert LARGUIER (dir.), *L'impôt des campagnes. Fragile fondement de l'Etat dit moderne (XV^e-XVIII^e siècle)*, Paris, CHEFF, 2005, p. 194.

¹²⁸ *Ibid.*, p. 196.

¹²⁹ Alain BLUM et Maurizio GRIBAUDI, « Les déclarations professionnelles. Pratiques, inscriptions, sources », *Annales ESC*, 48-4, 1993, pp. 987-995.

participation de la population aux activités commerciales, singulièrement aux niveaux les plus bas de l'échelle sociale, où bon nombre de travailleurs manuels se livraient sans doute à des activités de revente ou de regrat. En tant que *minima*, ces chiffres sont pourtant significatifs.

Le recours à des documents fiscaux pour connaître le nombre de marchands, la nature de leurs activités voire leur niveau de richesse pose des problèmes méthodologiques considérables, qu'il ne saurait s'agir ici de minimiser. La première des difficultés est de déterminer qui est effectivement cotisé. Sont tout d'abord exempts les nobles, les ecclésiastiques et un certain nombre de personnes, du fait de leurs infortunes (les pauvres, les incendiés), de leur fonction (les officiers de justice, les officiers municipaux dans les villes), de leurs charges familiales (les nouveaux mariés, les bâtissant, les parents de plus de dix enfants), ainsi que les bénéficiaires d'arrangements locaux spécifiques : les maîtres d'école, les bergers communaux, les amodiateurs seigneuriaux et les fermiers des dîmes sont très souvent francs d'impôts, bien que relevés dans les rôles sous un chapitre spécifique, avec une cote nulle.

L'assiette des impositions ne se fait cependant pas sur toutes les personnes, mais seulement sur les chefs de feu : dans la plupart des cas, il s'agit du mari, chef de famille. De ce fait, les éventuelles activités des femmes et des enfants ne sont pas mentionnées : même si l'on trouve quelques exceptions, dans quelques rôles qui poussent le scrupule et la qualité de tenue à indiquer l'éventuel « profit » des autres membres de la famille, on peut considérer que le monde du travail féminin nous échappe très largement. Les activités des femmes, lorsqu'elles sont mentionnées, le sont seulement quand elles diffèrent de celles des maris, et quand l'activité de la femme influe sur les revenus et donc les « facultés » de l'époux. Il serait faux cependant de dire que les activités des femmes et des enfants vivant encore chez leurs parents nous échappent totalement : d'une part, on trouve un certain nombre de femmes veuves ou célibataires, qui forment un feu fiscal à part entière, et sont cotisées sur ce pied. On trouve également bon nombre de situations particulières, lorsque les femmes sont séparées de biens de leur mari ou encore lorsque les enfants majeurs vivant encore chez leurs parents gagnent leur vie par des activités propres ou en travaillant des pièces de terre leur appartenant.

Tout au plus peut-on estimer la participation féminine aux activités commerciales¹³⁰. A en juger par les réceptions dans le corps des marchands de Nancy au titre de l'édit de 1779, sur 88 reçus dans le corps des « épiciers, confiseurs, ciriers et chandeliers » entre 1779 et 1784, on trouve 19 femmes – soit un peu plus d'un marchand sur quatre. Pour les mêmes dates, sur 77 reçus dans le corps des « merciers et quincailliers », on en compte 20 soit autour d'un marchand sur quatre. Les femmes représentaient donc, dans ces secteurs de la boutique, entre 20 et 25 % des marchands. Un certain nombre d'entre elles étaient cependant comptées dans les rôles d'impositions : les veuves (cinq sur 19 chez les premiers, six sur 20 chez les seconds), ainsi que celles des « filles majeures » qui étaient chef de ménage, ne vivant ni chez leurs parents, ni chez un autre membre de leur famille. Les filles majeures représentaient dans les deux échantillons étudiés les trois cinquièmes des marchandes environ (12 sur 19 chez les épiciers et 12 sur 20 chez les merciers). Combien cependant étaient chefs de ménage ? Dans les deux cas, les femmes mariées, placées sous la tutelle de leurs maris, représentaient un dixième des marchandes. Si nous considérons notre échantillon comme représentatif, en supposant que la moitié des filles majeures vivaient chez un de leurs parents, l'approche par les rôles d'imposition minorerait le nombre de femmes marchandes de 40 à 50 % ; si celles-ci représentaient bel et bien 20 à 25 % des commerçants, le nombre total de marchands serait sous-estimé de 10 à 12 %.

Dans tous les cas, l'approche ici retenue par les rôles d'imposition tend à sous-représenter l'activité commerciale féminine, et donc l'activité commerciale générale. Par

¹³⁰ Sabine JURATIC et Nicole PELLEGRIN, « Femmes, villes et travail en France dans la deuxième moitié du XVIIIe siècle », *Histoire, Economies et Sociétés*, 13- 3, 1994, pp. 477-500.

ailleurs, elle en donne une image singulièrement biaisée : les femmes nous apparaissant en plus grand nombre étant les veuves ou les femmes seules, notre approche risque de surreprésenter les métiers commerciaux inférieurs. En l'absence de qualification et de capital, femmes seules et veuves sont peut-être davantage enclines à choisir un métier d'accès aisé pour survivre, comme celui de revendeuse. Les femmes marchandes ayant des métiers plus valorisés n'apparaîtraient ainsi pas toujours dans les fonds : cela semble se vérifier dans le cas des marchandes de modes, par exemple – nombreuses à Nancy, mais sous-enregistrées car s'effaçant dans les rôles d'imposition derrière leur mari. Ceci étant, les feux dont des femmes marchandes sont à la tête et ceux pour lesquels l'activité des femmes est mentionnée – ce qui est le cas à Châtel-sur-Moselle, apparemment – mettent en évidence les domaines spécifiques d'intervention des femmes. Pour un tableau légèrement biaisé dans le cas de l'emploi masculin, il faut donc se contenter d'indications tendanciennes dans le cas de l'emploi féminin. Nous devons donc nous résigner dans ce cas à l'approximation.

Ce serait enfin bien trop exiger de ces rôles qu'ils nous renseignent sur les niveaux d'affaires des marchands – tout comme les rôles du vingtième de l'industrie employés plus haut. Il n'empêche qu'ils peuvent, sous certaines conditions, nous donner une image du niveau de richesse des marchands, et de leur place dans leur communauté. Encore faut-il préciser ce que la cote d'imposition recouvre. En Lorraine comme en France, la Subvention et les Ponts et Chaussées sont levés à proportion des « facultés ». En l'absence de tarif de l'imposition, il est difficile de dire sur quoi les cotes étaient assises : quelle était en effet la part de la propriété foncière (champs, prés et bâtiments), du produit de la terre et de l'élevage, des rentes diverses, de « l'industrie » dans l'estimation de la richesse des feux ? Les revenus du commerce, les rentes, sont davantage invisibles que le produit des biens fonds, plus aisément évaluable. Et dans quelle mesure les revenus annexes apportés par les femmes et les enfants étaient-ils pris en compte ? Comme l'écrivent Antoine Follain et Gilbert Larguier, « la taille repose effectivement sur tout cela, mais confusément, pour estimer globalement la « faculté » ou capacité contributive de chacun des contribuables, le tout encore compliqué par des variables non-objectives, en général dissimulées derrière la notion de « considération » accordée à chacun. »¹³¹ Cependant, nous rassurent les mêmes auteurs, « il convient (...) de faire confiance aux assésurs-collecteurs, en admettant qu'ils échappent aux pressions que peuvent exercer sur eux les plus forts imposables. Intégrés dans la communauté villageoise dont ils font partie, ils connaissent les situations matérielles mieux que quiconque et proposent des estimations corrigées par une longue tradition de surveillance mutuelle : l'opinion du village tient lieu du plus efficace des contrôles. L'immobilité des techniques agraires, la rigidité du produit tiré de la terre limitent par ailleurs la marge d'erreur dont ils peuvent être rendus responsables. »¹³² Malgré cela, il se peut que les cotes des plus riches, en particulier dans les villages, soient minorées, pour éviter la fuite des meilleurs payeurs ... Quoi qu'il en soit, les cotes d'impositions entretiennent un certain rapport avec la richesse effective, quand bien même elles survaloriseraient l'élément foncier dans l'évaluation des facultés : dans les économies préindustrielles, la terre était en effet la réserve de valeur et la source de revenus la plus stable et la plus fiable. Ceci étant, dans les campagnes, les marchands, comme les autres, s'efforçaient sans doute d'acquérir des terres ou des prés dès qu'ils en avaient les moyens et que l'occasion le leur permettait. Plus qu'une indication de l'envergure commerciale, nous attendons donc de l'étude des cotes d'imposition des marchands la mise en évidence d'une position relative au sein des communautés – cette étude devra nécessairement être couplée, là où c'est possible, à celle des activités des marchands,

¹³¹ Antoine FOLLAIN et Gilbert LARGUIER, « La taille et ses équivalents en France au XVIIe siècle », *Etudes et documents du CHEFF*, XII, 2003, p. 387.

¹³² Jean-Michel BOEHLER, *Une société rurale en milieu rhénan : la paysannerie de la plaine d'Alsace (1648/1789)*, Strasbourg, 1994, tome 2, p. 973.

dans leur diversité. Selon les localités, il ne sera pas inutile de confronter la cote des marchands à la cote moyenne : lui est-elle supérieure ? Quelles différenciations retrouve-t-on parmi les marchands ? Quelles fourchettes ? Sur le long terme, dans les localités où une telle étude est possible, on pourra aussi s'interroger sur l'évolution de la cote des marchands et sa place dans les communautés, en lien avec un éventuel processus d'accumulation générale.

2.1.3. Les localités retenues

Nous avons retenu les localités pour lesquelles nous disposons de rôles d'impositions ou de relevés des patentes exploitables. Toutes les localités ne sont pas couvertes, loin s'en faut : il n'y a plus de rôles d'impositions utilisables pour des villes aussi importantes que Toul, Bar-le-Duc, Neufchâteau, Saint-Dié, voire Epinal pour les trois premiers quarts du siècle. La conservation des rôles de la subvention est dans l'ensemble bien meilleure dans les villes de petite taille et dans les bourgs. Fort heureusement Nancy et Lunéville disposent de séries complètes de rôles de Ponts et Chaussées depuis les années 1720 – la précision en matière de tenue est cependant bien meilleure à Nancy qu'à Lunéville, si bien que nous avons étudié en priorité la première de ces deux villes.

La nécessité d'extrapoler des données, toutes les localités n'étant pas couvertes, nous impose de nous en remettre à une typologie des localités pour passer de résultats valables pour des villes seules à des données globales recevables pour tout l'espace étudié. Nous avons donc sélectionné des localités de différents profils fonctionnels. Nous la complétons ici en tenant compte de critères pouvant influencer sur la dotation commerciale générale. Nous reprenons la distinction opérée entre les centres commerciaux élémentaires – les villages dotés seulement d'un marché – les centres commerciaux de niveau intermédiaire – un certain nombre de bourgs -, et les principaux pôles commerciaux – les mieux dotés en équipements de tous ordres. Comme pôles élémentaires, nous étudierons Cirey-sur-Vezouze (patentes de 1792)¹³³, Fraize (recensement de l'An IV et relevé de patente de l'An IV)¹³⁴, Cornimont (patentes de l'An IV)¹³⁵ et Haroué (rôle de la subvention) : nous n'avons pu malheureusement éviter cette surreprésentation de la Montagne dans ce sous-ensemble, du fait des lacunes des fonds de la Plaine. Pour les petits centres commerciaux, l'éventail géographique est heureusement plus large : Bains-les-Bains (rôles de la subvention), Badonviller (rôles de la subvention), Blâmont (patentes), Rambervillers (dénombrement de population de l'an III), Châtel-sur-Moselle (subvention) et Bruyères (subvention). A titre de comparaison entre de toutes petites villes sans installations commerciales périodiques et ces bourgs ou petites villes dotées de marchés et de foires, nous étudierons également le cas de Rosières-aux-Salines, qui a semble-t-il perdu ses marchés et ses foires au fil du siècle. Puisque les caractéristiques des plus grosses localités, assez diversifiées d'un point de vue fonctionnel, peuvent influencer sur les types de consommation qui s'y déploient, nous avons préféré introduire des critères de distinction entre elles. Nous distinguerons donc parmi les villes celles ayant une fonction de résidence aristocratique comme Nancy (Ponts et Chaussées de 1785) et Lunéville (patentes de l'An III). Seuls Remiremont (rôles de la subvention) et Epinal (rôle de la subvention) pourront parler pour les « villes d'Ancien Régime », tandis que les villes ou bourgs à spécialisation productive ou commerciale marquée seront mieux représentés, avec Mirecourt (subvention), Raon-l'Etape (subvention) et Gerbéviller (subvention).

2.2. Les différentiels d'équipement selon les localités

¹³³ E dépôt 128 1 G 5 : rôle des impositions (1791) + patentes, 1 G 16 (1792)

¹³⁴ EDPT 184 1 F 2 (recensement an IV) + 1 G 18 (rôles d'impositions)

¹³⁵ EDPT 118 1 G 12 (rôles d'impositions) + 1 G 13 (patentes)

2.2.1. Une Lorraine solidement équipée ?

Le calcul des *ratios*

Le calcul de *ratios* de dotation marchande est rendu délicat aussi bien par la définition de ce que l'on porte au numérateur (les marchands), que ce que l'on retient comme dénominateur (le niveau de la population). Nous considérerons comme marchands l'ensemble des acteurs assurant la diffusion de marchandises qu'ils n'ont pas produites eux-mêmes, ce qui exclut les artisans. Quel sort donc réserver aux contribuables se qualifiant par exemple de « marchands joaillers » ? Nous considérerons ici la mention « marchand » comme un signe discriminant indiquant une orientation spécifique vers la commercialisation, des stratégies de séduction de la clientèle, voir un certain niveau d'affaires - autant d'éléments qui distinguent ces acteurs de la simple fabrique à façon pour le compte de marchands. De la même manière, les « marchands bouchers » sont dans une large mesure des marchands de bétail, contribuant à animer des flux d'envergure sous-régionale ou régionale par l'exportation de productions locales.

Cette ambiguïté levée, il ne nous sera pas possible pour autant de calculer des *retail ratios*, dans la mesure où l'on ne peut clairement distinguer, à partir des seules dénominations, les marchands de gros des marchands de détail. Pour ce que l'on sait du reste des commerçants des économies préindustrielles, la distinction entre ces deux branches n'allait pas forcément de soi, gros et détail se mêlant inextricablement dans les affaires des marchands grossistes. Nous calculons donc des *ratios* à partir de l'ensemble des marchands. Une autre difficulté réside dans la désignation des personnes comme marchands : en effet, dans bien des cas, la marchandise n'est qu'une deuxième ou troisième activité, placée dans les relevés après une activité jugée primaire. Comme nous l'avons signalé plus haut, les rôles et relevés des plus grosses villes ne mentionnent généralement qu'une seule activité, quand ceux des villages et des plus petites villes sont bien plus prolixes, et permettent d'entrer dans la diversité des combinaisons d'activités. Nous calculerons donc aussi bien des *ratios* maxima que des *ratios* minima pour chacune des localités étudiées, selon que l'on ne tient compte de l'ensemble des impliqués dans le commerce ou bien du commerce comme première activité. Rappelons ici encore que du fait de la sous-évaluation des activités féminines, nos résultats seront à prendre comme des planchers. La population de référence retenue pour les différentes localités est celle de 1793, tirée des relevés de population effectués alors sur ordre du gouvernement révolutionnaire¹³⁶.

Les données et leur interprétation

Il semblerait qu'un *ratio* de dix à vingt marchands pour 1000 habitants soit courant à la fin du XVIIIe siècle dans les localités dotées d'institutions commerciales comme des foires ou des marchés. Le seuil de 20 marchands pour 1000 habitants est atteint ou franchi dans les plus grosses villes de l'espace considéré – et ce dès 4000 habitants. On ne trouve que deux cas de bourgs de marchés où la dotation est inférieure à 10. La dotation marchande des localités serait donc grossièrement proportionnelle à la population.

¹³⁶ Les chiffres sont ceux fournis par la base « Cassini » disponible sur le site internet dédié de l'EHESS (« Des villages de Cassini aux communes d'aujourd'hui », accessible sous l'extension : cassini.ehess.fr).

Ratios marchands dans les différents types de localités		Population 1793	Nombre de marchands	Ratio marchand	Ordre de grandeur du ratio
Pôles élémentaires	Cirey-sur-Vezouze (1792)	713	12	16,8	10 à 20
	Fraize (1793)	1662	8	4,8	< 10
	Cornimont (1794)	1769	30	17	10 à 20
	Haroué (1788)	550	11	20	20
Petits centres	Bains-les-Bains (1788)	1823	18	9,9	10
	Badonviller (1780)	1766	12	6,8	< 10
	Blâmont (1792)	1859	32	17,2	10 à 20
	Bruyères (1789)	1912	18	9,4	10
	Rosières-aux-Salines (1789)	2127	30	14,1	10 à 20
Villes de résidence	Nancy (1785)	29141	610	20,9	20
	Lunéville (1795)	11691	335	28,7	> 20
Villes "d'Ancien Régime"	Remiremont (1790)	3401	85	25	> 20
	Epinal (1789)	6688	121	18,1	20
Villes manufacturières et commerçantes	Mirecourt	4946	134	27,1	> 20
	Raon-l'Etape	2156	37	17,2	10 à 20
	Gerbéviller	1812	39	21,5	20
	Rambervillers (1795)	4420	118	26,7	> 20
	Châtel-sur-Moselle (1788)	1200	16	13,3	10 à 20

Ces données ne prennent leur sens que dans des comparaisons entre provinces, ou encore entre localités de même profil fonctionnel. De fait, par l'équipement commercial de ses bourgs et de ses villes, la Lorraine semble se rattacher à l'Europe continentale à l'équipement commercial solide. Elle est ainsi nettement mieux dotée que les espaces germaniques : à niveau de population équivalente, les *ratios* sont trois fois plus élevés que dans le Brandebourg. Dans les localités de 2.000 à 5.000 habitants de cette province, les *ratios* marchands pour 1000 habitants y sont compris entre 2,69 et 5,64 ; ils sont plus faibles encore dans les bourgs de moins de 2.000 habitants, s'étendant de 2,69 à 3,75 pour 1000¹³⁷. A supposer même que la levée ait été mal effectuée pour ce territoire, ces faibles résultats sont

¹³⁷ Friedrich-Wilhelm HENNING, „Standorte und Spezialisierung des Handels und des Transportwesens in der Mark Brandenburg um 1800“, *Scripta Mercaturae*, 1, 1971, pp. 1-44.

confirmés par S. Ogilvie, qui indique que l'équipement commercial des espaces germaniques était très restreint : des *ratios* inférieurs à 5 pour 1000 se retrouvaient dans plus du tiers des localités allemandes, contre moins de 5 % des localités des Provinces-Unies ; aucune localité anglaise n'atteignait selon elle des chiffres aussi bas¹³⁸. La modestie des chiffres allemands se rapproche en fait de ce que l'on retrouve plus à l'est en Pologne. Quelques études menées sur l'ouest du pays, dans les zones les plus urbanisées et les plus intégrées à l'économie d'échanges européenne, font apparaître des chiffres comparables. Les *ratios* atteignent dans les localités de plus de 1000 habitants entre 3 à 10 marchands pour 1000 habitants en 1789 dans les districts de Pyzdry et de Kalisz : c'est deux fois moins que dans le cas lorrain. Les localités de moins de 500 habitants ne comptent dans ces deux zones aucun commerçant¹³⁹.

La Lorraine semble par contre un peu moins bien dotée en marchands que des contrées nettement plus riches comme les Provinces-Unies ou l'Angleterre. Les *ratios* lorrains sont sensiblement plus faibles que ceux de localités anglaises de taille équivalente¹⁴⁰. Sur 26 localités de 2.000 à 30.000 habitants, réparties sur tout le territoire britannique, aucune ne compte moins de 10 marchands pour 1000 habitants ; le tiers (neuf sur 27) ont entre 10 et 20 marchands pour 1000 habitants. Plus de la moitié (14 sur 26) dépassent les 20 marchands pour 1000 habitants, dont sept dépassent même le seuil des 30¹⁴¹. Un travail de même nature mené sur le Northamptonshire et le Suffolk, qui prend en compte davantage de petits bourgs que la précédente, donne toutefois des chiffres plus modestes. Dans le premier des deux comtés, sur neuf localités étudiées, comptant entre 700 et 7000 habitants, quatre ont un *ratio* tournant autour de 10 marchands pour 1000 habitants, trois entre 10 et 20 marchands pour 1000 habitants, mais deux nettement plus de 20. Dans le second, sur dix localités, cinq comptent entre 10 et 20 marchands pour 1000 habitants et quatre atteignent ou dépassent ce chiffre¹⁴². Une enquête menée par D. Van der Heuvel et S. Ogilvie sur l'équipement commercial des petites localités des Provinces-Unies montre que dès le seuil de population de 1.000 habitants, la dotation commerciale atteignait un ratio de 8 à 10, et même de 18 pour 1000 dans le cas de la Hollande du nord¹⁴³. Quelles que soient les incertitudes des dénombrements, les villes et les bourgs des espaces lorrains avaient une dotation marchande du même ordre de grandeur que les espaces les mieux dotés en marchands du continent européen.

En réalité, les chiffres obtenus sont tout à fait comparables à ce que l'on retrouve dans les espaces voisins, en particulier la Bourgogne. Les *ratios* marchands des petites villes et des gros bourgs étudiés par C. Lamarre sont en effet compris entre 10 et 20 pour 1000 – Verdun-sur-le-Doubs atteignant même un ratio de 22,5 pour 1000¹⁴⁴. La France de l'est et du centre-est atteignait donc des ratios importants, intermédiaires entre la modestie des appareils commerciaux d'Europe centrale et orientale, et leur grande densité dans les économies les plus riches et les plus avancées d'Europe du nord-ouest.

¹³⁸ Sheilagh OGILVIE : "Consumption, Social Capital, and the "Industrious Revolution" in Early Modern Germany", *Journal of Economic History*, 70-2, 2010, pp. 287-325 (le tableau de chiffres est présenté aux pages 301-302).

¹³⁹ Władysław RUSIŃSKI, „O rynku wewnętrznym w Polsce drugiej połowy XVIII w.” (« Le marché intérieur en Pologne dans la seconde moitié du XVIIIe siècle »), *Roczniki Dziejów Społecznych i Gospodarczych*, XVI, 1954, pp. 113-147.

¹⁴⁰ HANN et STOBART, "Retailing revolution in the 18th century? ...", pp. 171-194.

¹⁴¹ Hoh-cheung & Lorna H. MUI, *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, Routledge, Londres, 1989, pp. 298-299.

¹⁴² Diane COLLINS, "Primitive or not? Fixed-shop retailing before the Industrial Revolution", *Journal of Regional and Local Studies*, 13/1, 1993, pp. 4-22.

¹⁴³ Danielle VAN DEN HEUVEL et Sheilagh OGILVIE, Retail Development in the Consumer Revolution: The Netherlands, c. 1670-c. 1815", *Explorations in Economic History*, 50, 2013, pp. 69-87.

¹⁴⁴ Christine LAMARRE, *Petites villes et fait urbain en France au XVIIIe siècle : le cas bourguignon*, Dijon, Editions universitaires, 1993, p. 187. Les chiffres de population sont ceux de 1793, tirés de la base Cassini.

2.2.2. Types d'activités marchandes selon les localités

En elle-même, l'étude des *ratios* marchands ne suffit pas à mettre en évidence le profil des activités commerciales des localités. Cela suppose en effet de tenir compte du niveau d'activités des marchands, ainsi que des types de spécialisation présents dans les pôles commerciaux. L'étude des spécialités commerciales présentes dans les localités est difficile à mener, en l'absence de tableau uniforme des activités marchandes à l'échelle de la province. Il est cependant possible de déterminer, à partir de quelques cas bien documentés, les profils de spécialisation représentés dans les pôles commerciaux, et de tester ensuite l'extension géographique effective de ces observations. Nous allons pour ce faire nous appuyer sur divers rôles d'imposition, en commençant par les plus précis, ceux de la patente pour les villes de Bar-le-Duc et de Lunéville.

De hauts niveaux de spécialisation commerciale dans les villes

Bar-le-Duc et Lunéville sont des villes de taille comparable, avec un peu plus de 9.000 habitants pour la première et de 11.000 habitants pour la seconde en 1793. A la veille de la Révolution, toutes deux comptent plusieurs manufactures textiles importantes, dont la production est écoulée dans l'ensemble de la province. Leur rôle commercial est cependant quelque peu différent : l'aire d'influence des marchands-grossistes de Lunéville est assez limitée, tandis que les négociants de Bar-le-Duc utilisent leur proximité avec la frontière pour se livrer à du commerce de réexportation. Jusqu'à l'autorisation de la fabrication des indiennes dans le Royaume de France en 1759, les commerçants barrisiens pratiquaient même une contrebande des étoffes de coton à grande échelle. Cette position de niche a disparu dans les années 1760, mais le rôle de la ville dans le commerce de réexportation à destination des Trois-Evêchés s'est maintenu jusqu'au « reculement des barrières » de 1791. Les données des patentes étudiées datent cependant de 1795, à une date où les frontières douanières intérieures ont disparu : la fonction de réexportation de Bar-le-Duc n'existe alors plus, et nombre de grands marchands ont sans doute dû réorienter leurs affaires. De la même manière, une partie des catégories sociales aisées, notamment les nobles, ont à cette date émigré : il se peut ainsi que le niveau général de la demande, en particulier pour les produits d'ostentation, ait sensiblement diminué depuis la fin des années 1780. La structure générale de l'appareil commercial des deux localités a donc probablement été affectée par les bouleversements révolutionnaires. Leur base économique n'ayant toutefois pas été profondément transformée, et seuls quelques riches particuliers et quelques familles nobles ayant émigré, la résilience des activités entre les années 1780 et 1790 est sans doute assez forte.

L'étude des 352 marchands lunévillois et des 309 barrisiens de 1795 indique que dans les deux cas les niveaux de spécialisation étaient élevés : seuls 15 à 20 % des marchands n'étaient pas spécialisés dans une branche commerciale spécifique. A Lunéville, il s'agissait exclusivement de marchands ambulants ; à Bar-le-Duc, il faut leur adjoindre une dizaine de marchands grossistes dont la spécialisation n'est pas indiquée dans le relevé des patentes. Les spécialités ont été regroupées en quatre grandes branches : les matières premières et les produits bruts, l'alimentation, les commodités autres que l'épicerie, la revente. Notre classification est complétée de deux autres catégories, les commerçants sans spécialité et ceux qui combinent les spécialités appartenant à deux grandes branches différentes. Pour les deux villes, les résultats sont les suivants.

Ventilation des marchands par branche d'activités	Lunéville		Bar-le-Duc	
	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition
Matières premières	11	0,03	49	0,16
Alimentation	103	0,29	74	0,24
Commodités	102	0,29	93	0,30
Revente	20	0,06	4	0,01
Combinaison d'activités	64	0,18	17	0,06
Sans spécialisation	52	0,15	72	0,23
Ensemble	352	1,00	309	1,00

Avec des niveaux extrêmement proches dans les deux villes, ce sont les marchands de denrées alimentaires et de commodités qui sont les plus représentés : ils constituent près de 60 % de l'ensemble des commerçants. L'analyse de détail des spécialités marchandes laisse apparaître leur grande diversité, même si les secteurs de l'épicerie et de la mercerie sont de loin les plus nombreux.

Ventilation des marchands de produits alimentaires par spécialisation	Lunéville		Bar-le-Duc	
	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition
Boissons alcoolisées	27	0,26	26	0,35
Boissons non-alcoolisées	2	0,02	2	0,03
Combinaison de produits	5	0,05	2	0,03
Epicerie	61	0,59	41	0,55
Grains	8	0,08	0	0,00
Viande	0	0,00	3	0,04
Ensemble	103	1,00	74	1,00

Ventilation des marchands de commodités par spécialisation	Lunéville		Bar-le-Duc	
	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition	Nombre de marchands	Fréquence d'apparition
Etoffes	13	0,12	15	0,16
Accessoires de parure	10	0,10	25	0,27
Equipement des intérieurs	10	0,10	12	0,13
Produits divers	61	0,60	41	0,44
Combinaison	8	0,08	0	0,00
Ensemble	102	1,00	93	1,00

Malgré la présence de quelques spécialités pesant d'un poids numérique important, la diversité des spécialisations commerciales dans le domaine des commodités est particulièrement marquée, avec un certain nombre de créneaux très spécifiques. Cela fait écho aux données disponibles pour Nancy à partir des rôles des Ponts et Chaussées, dans lesquels apparaissent des spécialisations témoignant de l'existence d'un marché local des commodités dynamique et diversifié : une demande locale agrégée importante pour un certain nombre de biens rares favorise en effet le développement de branches commerciales spécialisées. La répartition des marchands entre spécialités fait cependant apparaître la faible place des étoffes : la majorité des commerçants en commodités se spécialisaient dans la mercerie, la quincaillerie ou les accessoires de parure – quand bien même les tissus pouvaient occuper une petite part de leurs affaires. Cela s'explique sans doute par le prix assez élevé des tissus, y compris les moins chers : acquérir des étoffes était un achat important, y compris pour des consommateurs aisés, et cela ne permettait pas l'émergence de marchés locaux très larges. De fait, l'économie du vêtement reposait dans une large mesure sur les achats d'occasion ou sur la reprise et le rafraîchissement d'anciennes toilettes – ce qui en retour explique le poids numérique important des merciers.

En définitive, il apparaît que la majorité des marchands de commodités étaient des merciers, et que le nombre d'épiciers était important : d'ailleurs, parmi les marchands à spécialisations multiples, les deux tiers étaient des merciers-épiciers. Il n'est donc pas à exclure, vu leur nombre dans les villes étudiées, que merciers et épiciers étaient des commerçants ubiquistes, présents dans toutes les villes voire dans tous les bourgs. Le poids modeste des « marchands-drapiers » - en fait, marchands d'étoffes – suggère cependant que les spécialisations dans les autres commodités étaient assez discriminantes entre les localités. D'autres sources fiscales, celles du vingtième de l'industrie et de la subvention, vont nous permettre de tester ces hypothèses.

Niveaux de spécialisation par types de localités

Les seuls relevés globaux des spécialités marchandes dont nous disposons sont les tableaux par localité des vingtièmes de l'industrie. S'ils n'ont pas le degré de précision des registres des patentes, qui relèvent toutes les spécialités, ils relèvent au moins les professions les plus courantes. De cette manière, il est possible de vérifier grâce à eux le degré d'ubiquité des spécialisations dans la mercerie et l'épicerie, en dénombrant les localités où l'on trouvait des merciers et des épiciers.

Présence de merciers et d'épiciers dans les bourgs et les villes	Merciers	Epiciers et droguistes
Badonviller	oui	
Blâmont	oui	
Bruyères	oui	
Charmes	oui	oui
Châtel-sur-Moselle	oui	oui
Commercy	oui	
Darney	oui	
Epinal	oui	oui
Lunéville	oui	oui
Mirecourt	oui	oui
Nancy	oui	oui
Neufchâteau	oui	oui
Nomeny	oui	oui
Pont-à-Mousson		
Rambervillers	oui	
Remiremont	oui	oui
Rosières-aux-Salines	oui	oui
Saint-Dié	oui	oui
Saint-Nicolas	oui	oui
Vézelize	oui	oui
Ensemble	19	13
Fréquence d'apparition	0,95	0,65

Sans grande surprise, on trouvait des merciers dans 19 des 20 localités pour lesquels des tableaux des vingtièmes ont été dressés. La seule exception est Pont-à-Mousson – sans doute parce que la spécialisation mercière se dissimule derrière d'autres dénominations. L'épicerie est cependant plus discriminante géographiquement, puisque les plus petites villes ne comptent pas d'épiciers, qui ne sont présents que dans 13 localités sur 20. Des produits d'épicerie y sont à vrai dire sans doute disponibles, notamment chez les merciers, mais la demande agrégée en ces produits n'était sans doute pas suffisamment forte pour justifier une spécialisation pleine dans ce secteur.

Indéniablement, les commodités étaient la branche commerciale dans laquelle les niveaux de spécialisation étaient les plus poussés, et où la hiérarchisation entre localités était la plus forte : les plus grandes villes étaient en effet pourvues d'un grand nombre de spécialités, quand les plus petites devaient s'en contenter de deux ou trois. Malgré les risques de faible précision dans l'enregistrement des spécialisations commerciales, sauf peut-être à Nancy, il est possible de tracer le tableau comparatif suivant.

Nombre de spécialités marchandes par branche commerciale	Population 1793	Matières premières	Denrées alimentaires	Commodités	Revendeurs
Remiremont (1790)	3401	2	4	4	1
Badonviller (1780)	1766	1	4	1	1
Haroué (1788)	550	0	1	1	1
Châtel-sur-Moselle (1788)	1200	4	1	1	0
Bruyères (1789)	1912	1	1	1	1
Bains-les-Bains (1788)	1823	2	4	2	0
Rosières-aux-Salines (1789)	2127	1	1	3	1
Raon-l'Etape	2156	5	1	4	0
Epinal (1789)	6688	2	2	6	2
Mirecourt	4946	2	0	5	1
Nancy (1785)	29141	8	16	29	10
Coefficient de corrélation entre la population et le nombre de spécialités	Avec Nancy	0,680	0,734	0,865	0,809
	Sans Nancy	0,200	0,062	0,860	0,468

Le calcul des coefficients de corrélation entre le niveau de la population et le nombre de spécialités représentées, Nancy étant successivement incluse et exclue, fait apparaître un certain nombre de liens¹⁴⁵. Il n'existe ainsi pas de relation claire entre le nombre de branches de commerce dans les matières premières et le niveau de population des localités : ce secteur était présent de manière relativement étale entre les différentes localités, des activités comme le commerce de grains se retrouvant en effet à peu près partout. Toutes les spécialisations ne se retrouvent cependant pas représentées de la même manière entre les différentes localités. Apparaissent ainsi à Raon-l'Etape des marchands de planches, 16 sur 39 commerçants, qui assurent l'expédition par la voie d'eau des trains de bois, et à Châtel-sur-Moselle des « commerçants en fil » (14 sur 23), qui supervisent le blanchissage et assurent l'expédition des fils de chanvre produits et traités dans la ville et dans les environs vers les centres productifs de la région : Mirecourt, Saint-Mihiel et Neufchâteau. Ces marchands, qui touchent au commerce de gros ou de demi-gros, ne reflètent cependant pas tant les consommations locales que la participation à une économie d'échanges régionale voire interrégionale.

Une analyse rapide du tableau laisse cependant apparaître une corrélation assez forte entre le niveau de population et le nombre de spécialités dans le commerce des produits alimentaires et celui de commodités, les plus peuplées étant également les mieux pourvues en spécialités différentes. Le propre des localités de grande taille est de générer une proportion importante de marchands de denrées alimentaires : une bonne partie de leur population est en effet coupée de la production agricole, et a donc besoin de se ravitailler. Les marchands de victuailles représentent donc partout une part non négligeable du monde de la marchandise : ils sont quatre sur 88 à Remiremont, 12 sur 120 à Epinal et davantage encore dans les localités où une part importante de la population est engagée dans des activités manufacturières – 21

¹⁴⁵ Les coefficients de corrélation ont été calculés non pas à partir de la valeur absolue de la population, mais à partir de son logarithme – en vue de comparer des valeurs du même ordre de grandeur.

sur 134 à Mirecourt, voire 24 sur 39 dans le petit centre textile de Gerbéviller. Avec 105 marchands de victuailles sur 581 commerçants, Nancy atteint la plus forte proportion.

Sans grande surprise, on constate un raffinement des spécialités dans le commerce de détail quand on monte dans la hiérarchie urbaine. Les spécialisations dans le commerce des commodités de niveau supérieur sont révélatrices des caractéristiques propres des marchés de consommation locaux. C'est dans tous les cas à Nancy que l'on retrouve le plus grand nombre de spécialités commerciales dans les commodités, souvent très pointues. Lunéville et Bar-le-Duc présentent une diversité des spécialités comparable : dans ces deux villes, comme à Nancy, on trouve des libraires, des marchands-bijoutiers, des marchands-chapeliers, drapiers, bonnetiers, fripiers, potiers, pelletiers, de faïence, de toiles, de meubles, de modes. La spécificité de Nancy est en définitive marquée par la présence de quelques spécialités rares : fleuristes, marchands de cristal, marchands de mouchoirs, marchands de parasols, de pommade, d'estampes, de parfums, de boutons. Aucun de ces produits n'est en soi, comme nous le verrons, une spécificité nancéienne, mais leur présence est le signe d'un marché des commodités assez vigoureux.

Ce caractère discriminant des spécialisations dans le commerce des commodités, loin d'être un effet de source induit par la tenue des rôles d'impositions, nous est confirmé par l'origine géographique des inventaires de faillite. Sur 435 dossiers déposés à la juridiction consulaire de Nancy entre 1770 et 1789 par des marchands, 64 spécifient leur spécialisation dont 56 dans le commerce des épices ou des commodités.

Localité d'activité des marchands spécialisés en épicerie ou dans les commodités	Nombre de marchands faillis	Nombre de marchands spécialisés	Localités de moins de 1000 habitants	Localités de 1000 à 2000 habitants	Localités de 2000 à 5000 habitants	Localités de plus de 5000 habitants	Sans indication de localisation
1770-1779	236	32	3	0	10	17	2
1780-1789	199	24	0	0	3	21	0

2.3. Les déterminants de l'implantation des marchands dans les villes et les bourgs

Le simple constat d'une forte implantation marchande dans les villes et les bourgs n'est pas satisfaisant. On remarque en effet de très grandes inégalités dans les *ratios* marchands et dans le nombre de spécialités commerciales, y compris entre des localités de profil équivalent ou de niveau de population comparable. On peut donc supposer que les facteurs de localisation et d'implantation des marchands sont complexes. Un certain nombre d'éléments peuvent expliquer la forte concentration de marchands dans une localité, qu'il s'agisse de facteurs internes relevant de la composition socioprofessionnelle de la population et de son niveau de richesse, ou de facteurs externes relevant de la fonction commerciale de la localité à l'échelle régionale. Nous nous proposons ici de passer en revue l'ensemble des facteurs susceptibles d'agir sur le niveau et la composition de la population marchande dans chacune des localités étudiées, avant d'estimer la contribution relative de chacun d'eux selon la méthode des régressions multiples.

2.3.1. Un faisceau d'hypothèses de localisation

Les activités marchandes implantées dans les localités étaient dans une large mesure destinées à la satisfaction des besoins locaux : il est donc vraisemblable que le nombre, le niveau d'affaires et le degré de spécialisation des marchands des localités dépendent de la composition sociologique et professionnelle de la population. La forte présence de nobles, de clercs de haut rang ou de bourgeois aisés dans une ville entraîne sans doute un haut niveau de consommation dans les localités, stimulant ainsi l'installation de marchands aux spécialités diversifiées et à bon niveau d'affaires. La présence de marchands dans les villes dépend également du rôle externe des localités, c'est-à-dire de la desserte commerciale qu'elles exercent sur les environs. Chaque localité avait en effet une aire de chalandise correspondant à l'influence de ses marchands et à la rareté relative des biens mis à disposition des consommateurs¹⁴⁶. Ainsi, on peut supposer que les marchands actifs dans une localité sont d'autant plus nombreux que celle-ci exerce un rôle important de redistribution régionale ou sous-régionale des marchandises. A niveau de population égale, il se peut donc que certaines agglomérations comptent nettement plus de marchands que d'autres, du fait de leur fonction de coordination des échanges. L'explication du nombre des marchands présents dans les villes, de leur richesse et de leur degré de spécialisation dépend donc autant de facteurs internes que de facteurs externes, que nous allons tâcher de présenter ici¹⁴⁷.

Les facteurs internes de la présence de marchands dans les villes

On peut penser qu'il existe un rapport entre la proportion de marchands et le nombre de spécialités d'une part, et la nature et le niveau de la demande locale d'autre part. Dans la mesure où les marchands sont censés répondre à une demande dans une large mesure locale, ils sont d'autant plus nombreux que cette demande est importante – à supposer que l'envergure des affaires des marchands soit uniforme à travers la province, ce qui est tout à fait vraisemblable. Le niveau de la demande finale dans les localités est cependant variable, à population équivalente. En effet, la structure socioprofessionnelle de la population peut être très différente entre localités, les unes étant plus riches que les autres.

a) Niveaux de population et structures des milieux marchands

La demande formulée par les consommateurs dans les économies anciennes était fragmentée et hiérarchisée, dans la mesure où il existait des modèles de consommation socialement prédéfinis auxquels les acheteurs se pliaient – tout du moins dans une certaine mesure. Par ailleurs, étant donnée la précarité des conditions d'existence des plus pauvres, et la grande fluctuation des revenus des travailleurs manuels, seuls les plus aisés disposaient de ressources relativement stables. Le niveau général de consommation d'une localité ne dépendait donc pas tant du nombre de ses habitants que de la ventilation de sa population entre les différentes catégories sociales. La relation n'est sans doute pas très nette entre la population d'une ville d'une part et le nombre et la richesse de marchands d'autre part. Le nombre de branches du commerce représentées dans les villes semble cependant, comme on l'a vu plus haut, globalement s'accroître avec le nombre d'habitants – tel qu'il ressort des données du recensement de 1793, choisi faute de relevés de population antérieurs fiables pour un certain nombre de villes.

De tels résultats pourraient s'expliquer par le fait qu'une population agglomérée plus grande accroît la quantité de biens consommés – et en particulier, accroît la demande agrégée pour chaque variété de produits. Dans un petit bourg, des marchands de biens de consommation généralistes peuvent parfaitement satisfaire la demande en cotonnades, passant

¹⁴⁶ Brian BERRY, *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Armand Colin, 1971, pp. 53-105.

¹⁴⁷ La synthèse de ces facteurs est présentée à l'annexe 6.

au besoin commande pour les produits qu'ils n'auraient pas en boutique. Un marchand spécialisé dans ces produits risquerait quant à lui d'avoir bien du mal à écouler tous ses stocks. Dans une ville de plusieurs milliers d'habitants, où la demande agrégée en cotonnades est nettement plus importante, il est par contre possible à des marchands spécialisés dans cette branche du commerce d'être actifs et de prospérer. Ainsi, l'accroissement de la taille de la population va analytiquement de pair avec la hausse du nombre de spécialisations commerciales présentes.

b) « Villes de consommation » et « villes de manufactures »

Dans les localités concentrant les élites sociales – nobles de robe ou d'épée, haut clergé, professions libérales, bourgeois rentiers –, le niveau de la demande finale était nettement plus fort que dans d'autres de même taille mais dont la population était de composition nettement plus prolétarienne : c'était sans doute le cas entre Remiremont, vivant à l'ombre de son chapitre abbatial, et Rambervillers et ses fabriques d'étoffes, de chapeaux et ses tanneries. Cette demande quantitativement supérieure était en outre qualitativement différente : les étoffes et les accessoires de vêtement, mais aussi les consommations alimentaires, étaient en effet des produits de distinction sociale, et les dominants avaient une demande faite de produits plus raffinés et plus diversifiés. Cette demande qualitativement supérieure favorisait sans doute l'épanouissement de spécialisations marchandes plus nombreuses que dans les localités dont la population était de recrutement social plus modeste.

La présence des élites sociales dans les villes est liée dans une certaine mesure à l'existence d'institutions judiciaires et ecclésiastiques¹⁴⁸. Il faut cependant distinguer les institutions présentes dans un grand nombre de localités, destinées à une desserte élémentaire des besoins des territoires, des institutions plus rares, exerçant une fonction de commandement plus marquée. Ce sont les secondes qui sont les plus déterminantes du point de vue des activités urbaines : elles nécessitent un personnel de haut rang social, souvent riche et vivant noblement. Ainsi, l'existence de grandes institutions bénéficiaires du produit des dîmes (évêchés, chapitres, abbayes, prieurés) entraînait la présence d'ecclésiastiques disposant de revenus importants, pour lesquels de nombreuses personnes travaillaient et qui exerçaient ainsi un effet d'entraînement sur les activités économiques de la ville¹⁴⁹. C'est le cas des sièges d'évêchés comme Saint-Dié ou des villes de résidence d'un riche chapitre comme Remiremont¹⁵⁰. Il en allait de même des abbayes et des prieurés : ces institutions ponctionnaient une partie des revenus du sol des territoires environnants sous forme de dîmes, et les dépensaient au moins en partie dans leur localité de résidence – comme le prieuré bénédictin de Flavigny-sur-Moselle. De la même manière, les institutions judiciaires et administratives de la monarchie attiraient des populations spécifiques. Si Nancy est la seule ville de l'espace étudié à disposer d'un parlement et d'une chambre des comptes, une douzaine de localités sont sièges de bailliage : les juges en sont des officiers vivant noblement. La présence de juridictions importantes entraîne également la présence de praticiens et d'avocats agissant auprès des cours. Toutes les institutions judiciaires ou politiques n'avaient cependant pas ce rang, et l'effet d'entraînement sur les localités de la présence de leurs personnels était sans doute nettement moindre – sans être pour autant négligeable. C'est le cas des petites localités sièges de grueries, d'offices ou de subdélégation,

¹⁴⁸ LEPETIT, *Les villes dans la France moderne*.

¹⁴⁹ Liste tirée des données de la liste alphabétique des localités lorraines et barroises dressée par DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 3.

¹⁵⁰ Jean-Claude BAUMGARTNER (dir.), *Remiremont : histoire de la ville et de son abbaye*, Vagney, Gérard Louis, 1985 ; Françoise BOQUILLON, *Les chanoinesses de Remiremont (1566-1790) : Contribution à l'histoire de la noblesse dans l'Eglise*, Remiremont, Société d'histoire locale de Remiremont, 2000.

où ne siégeaient que des magistrats de rang inférieur ou des commissaires choisis parmi les notables du lieu¹⁵¹.

Ces indices sont pertinents pour repérer la présence du haut clergé, de la noblesse de robe, d'une partie des professions libérales ainsi que des commis et domestiques travaillant pour eux. Ils échouent cependant à cerner la concentration de la noblesse d'épée. Même s'ils se contentaient souvent de vivre de leurs rentes, nombre de nobles étaient fidèles à leur vocation militaire, et servaient comme officiers dans les régiments royaux¹⁵². Les villes de garnison, où stationnaient un ou plusieurs régiments, formaient ainsi des concentrations importantes de nobles d'épée. Leur liste est ainsi un indice des fortes densités nobiliaires¹⁵³. Par ailleurs, les villes de garnison bénéficiaient de la présence des soldats, qui y dépensaient leurs soldes, et des dépenses effectuées par l'Extraordinaire des Guerres, l'Artillerie et les Fortifications. Tenir compte des casernes nous permet aussi de mettre en évidence un type particulier de consommateurs, les soldats, relativement solvables grâce au versement régulier de leur solde, et assez dépensiers – dans la mesure où ils devaient entretenir leurs uniformes à leurs frais. L'activité commerciale des villes concernées en était d'autant stimulée.

Entre deux localités de taille équivalente, dont les fonctions de résidence élitaires seraient comparables, il se peut que les villes de manufacture soient mieux dotées en marchands que celles qui en étaient privées. En effet, comme le souligne Jan de Vries, les ménages populaires ont pu bénéficier d'une hausse de leurs revenus à partir du XVIIe siècle grâce à la généralisation du travail des femmes. Ces gains supplémentaires auraient été tout particulièrement employés à l'achat de commodités – vêtements, accessoires de parure, condiments, drogues et épices, etc. Ce travail était tout particulièrement possible dans les branches de production nécessitant une main-d'œuvre nombreuse et peu qualifiée, comme la fabrication de matières premières pour la production textile (fils) ou la production de dentelle. La présence de manufactures permettant le travail des femmes a sans doute favorisé l'obtention de revenus annexes par les habitants des localités concernées, plaçant la demande finale à un niveau relativement élevé. Ce ne sont pas toutes les manufactures qui provoquaient de tels effets d'entraînement, mais seulement celles nécessitant le plus de main-d'œuvre et employant une part substantielle de la population des localités concernées. Les manufactures concentrées employaient peu de main-d'œuvre, ne serait-ce que parce que leurs travailleurs étaient salariés à temps plein et non travailleurs occasionnels, cas fréquent dans la manufacture dispersée. Ainsi, la présence d'une fabrique concentrée dans une localité ne suffisait pas à en faire une ville de manufacture. Les faïenceries n'employaient ainsi que quelques dizaines d'ouvriers : à l'échelle d'une ville comme Lunéville et de ses 12.000 habitants, c'est très peu. Nous allons donc relever ici les seules manufactures faisant appel à une large main-d'œuvre féminine, comme la draperie de Rambervillers ou la dentellerie de Mirecourt.

Les facteurs externes de la présence de marchands dans les villes

Le rayonnement commercial d'une localité consiste en premier lieu à assurer la desserte élémentaire des espaces environnants en commodités : un fort *ratio* marchand, des niveaux d'affaires élevés ou un degré de spécialisation poussé peuvent très bien ne pas ne pas

¹⁵¹ La liste est tirée du travail de Michel PIERSON, *L'intendant de Lorraine de la mort de Stanislas à la Révolution Française*, Thèse pour le doctorat en Droit, Nancy II, 1958.

¹⁵² Sur la vocation militaire de la noblesse au XVIIIe siècle et son importance parmi les officiers, voir : Guy CHAUSSINAND-NOGARET, *La noblesse au XVIIIe siècle : de la féodalité aux lumières*, Bruxelles, Complexe, 2000 ; Jean DELMAS (dir.), *Histoire militaire de la France*, 2 : de 1715 à 1871, Paris, PUF, 1992 ; Jean CHAGNIOT, *Guerre et société à l'époque moderne*, Paris, PUF, 2001.

¹⁵³ La liste est tirée de DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 1, pp. 338-340.

être liés à l'importance ou à la richesse de la population locale, mais plutôt à l'étendue de leur aire de chalandise. Celle-ci est très difficile à déterminer pour les économies anciennes – tout au plus est-il possible de le faire pour quelques localités à partir des comptabilités de marchands individuels dont on peut estimer le niveau de représentativité.

Nous nous sommes appuyés dans les pages qui précèdent sur la théorie de la base économique des localités pour mettre en évidence le degré d'ouverture des économies locales. Dans nos calculs, nous avons eu recours aux données du vingtième de l'industrie, en calculant la part des acteurs de chaque grand secteur – basique ou non-basique – dans les activités des villes étudiées. Retenir cet indicateur comme facteur potentiel d'explication de la présence de marchands dans les villes ne nous semble pas très pertinent ici. La forte proportion des activités basiques dans une localité s'explique en effet dans une large mesure par l'importance numérique et économique des corps de marchands : notre raisonnement risque donc d'être circulaire. L'indice le plus pertinent dont nous disposons pour évaluer le rayonnement des localités est le niveau de connexité, déterminé à partir du nombre de tronçons routiers convergeant vers les villes étudiées. Un bourg ou une ville bien reliés à leur espace proche sont en effet aisément accessibles, et les habitants de ces territoires seront enclins à s'y rendre pour faire leurs achats : les boutiques de la localité bien connectée desserviront ainsi autant sinon plus les populations des environs que celles de la localité elle-même. Il est vrai que certaines localités situées en position de carrefour n'étaient pas de grands pôles commerciaux, comme le suggèrent les données étudiées dans la première section de ce chapitre. Cependant, une bonne intégration dans ces circuits routiers est la condition de possibilité d'un rayonnement commercial important : de fait, les 16 principales places commerciales de la province étudiées plus haut avaient toutes un indice de connexité nettement supérieur à la moyenne, de l'ordre de 5,75 relations contre 3 pour l'ensemble des localités de plus de 1000 habitants ou dotées d'installations commerciales périodiques.

2.3.2. *Les facteurs de localisation des marchands*

Les lignes qui précèdent nous ont permis de formuler un certain nombre d'hypothèses expliquant le nombre de marchands présents dans les villes, leur richesse et le nombre de spécialités représentées. Le premier élément est ici représenté par les *ratios* marchands calculés plus haut ; le deuxième par la part des marchands dans le vingtième de l'industrie des localités concernées, le troisième par le nombre de spécialités représentées. Dans les trois cas, il s'agit d'expliquer le niveau d'une valeur à partir de plusieurs variables. Pour ce faire, nous avons choisi de tester la validité de nos hypothèses par la méthode de la régression linéaire¹⁵⁴.

Le nombre de marchands dans les villes

Deux facteurs seulement semblent vraiment significatifs pour expliquer le nombre de marchands présents dans les villes et les bourgs : le niveau de la population et l'indice de connexité. Dans les deux cas, la *p-value* est d'un petit peu plus de 0,05, ce qui correspond à une significativité acceptable¹⁵⁵.

¹⁵⁴ Sur cette méthode, voir Philippe CIBOIS, *Op. cit.*. Je remercie Olivier GUEANT d'avoir eu l'amitié de m'aider dans l'établissement des matrices, dans les calculs et dans l'interprétation des résultats.

¹⁵⁵ Pour les résultats précis, voir l'annexe 7.

Explication du niveau des ratios marchands par les facteurs	P-value	R ²
Niveau de population	0,054	0,212
Niveau de connexité	0,067	0,195
Présence d'un chapitre	0,331	0,059
Présence d'un bailliage	0,284	0,071
Présence d'une garnison	0,042	0,233
Surreprésentation de l'artisanat	0,142	0,130
Présence de manufactures	0,077	0,266

Le lien entre la forte population des localités et les forts *ratios* marchands n'est pas très simple à établir. Les villes abritaient à l'époque moderne des catégories de populations extrêmement diverses, aux profils de consommation très segmentés – élites sociales, artisans, travailleurs manuels peu qualifiés. De ce fait, pour répondre à des différents types de besoins, il se peut qu'il ait fallu de nombreuses spécialités marchandes, ce qui entretenait le grand nombre des commerçants nécessaires. Par ailleurs, les villes les plus peuplées comptaient une forte population pauvre, pour laquelle le petit commerce de « regrat » ou la revente pouvaient être une planche de salut. L'indice R² relativement modeste du facteur population (0,212) nous incite cependant à ne pas surestimer son poids. Nos données nous invitent à rapprocher le nombre d'habitants de la présence de casernes – elle aussi fortement liée à la présence de marchands, avec une *p-value* de 0,042 : dans notre échantillon, les plus grandes villes sont aussi des villes de garnison, la présence de soldats expliquant en partie le nombre d'habitants.

Le facteur de connexité des localités pèse d'un poids explicatif comparable à celui de la population (R² = 0,195) : de manière assez attendue, cela suggère que le rayonnement d'une localité sur les environs contribue à entretenir le dynamisme commercial des villes et des bourgs, permettant à un grand nombre de marchands de prospérer. Notre analyse ne nous dit rien cependant de la nature de ce rayonnement, soit desserte des populations locales, soit coordination des flux commerciaux à une échelle régionale ou infrarégionale. En réalité, ces deux facteurs d'explication ne se cumulent pas vraiment : le coefficient de corrélation entre la population et la connexité est élevé (0,883), et la combinaison des deux facteurs n'est guère plus explicative que chacun d'eux pris isolément, avec un indice R² conjoint de 0,222. Ce n'est pas vraiment une surprise, dans la mesure où les investissements routiers de la monarchie se faisaient prioritairement sur les tronçons reliant les principales localités¹⁵⁶.

Cette analyse est surtout intéressante par les facteurs explicatifs qu'elle nous permet d'écartier. Le grand nombre de marchands n'est pas lié à la présence de populations aisées, marquée par l'existence d'un bailliage ou d'institutions ecclésiastiques de rang supérieur comme les évêchés ou les chapitres. Cela se conçoit à vrai dire aisément : les consommations de commodités des classes supérieures profitent vraisemblablement à un nombre limité de boutiquiers riches et spécialisés, et non à une masse de petits commerçants. De la même manière, il n'y a pas de lien entre la présence de branches productives exportatrices et le grand nombre de commerçants : là encore, les productions devaient être écoulées par un

¹⁵⁶ PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 447-460 ; LEPETIT, *Chemins de terre et voies d'eau*.

nombre restreint de marchands-fabricants, de grossistes ou de manufacturiers. Les hypothèses avancées ne permettent en tout cas pas d'expliquer de manière décisive les variations du nombre de commerçants entre les localités, qui doivent pour l'essentiel obéir à des spécificités locales – structure de l'emploi des classes populaires, notamment. Nos hypothèses sont nettement mieux vérifiées en ce qui concerne le nombre de spécialisations marchandes.

La question des spécialisations marchandes

Sans grande surprise, le nombre de spécialités commerciales représentées est très fortement lié aux indicateurs de population – nombre d'habitants ou présence de casernes. La *p-value* du facteur « connexité » est également extrêmement significative¹⁵⁷.

Explication du nombre de spécialisations commerciales par les facteurs	P-value	R ²
Niveau de population	0,000146	0,582
Niveau de connexité	5.873e-05	0,623
Présence d'un chapitre	0,238	0,081
Présence d'un bailliage	0,590	0,017
Présence d'une garnison	0,011	0,327
Surreprésentation de l'artisanat	0,768	0,005
Présence de manufactures	0,604	0,016

Dans notre échantillon, le lien est très étroit entre les facteurs « population » et « connexité » : pris individuellement, ils expliquent respectivement 58,2 % et 62,3 % de la variance, et pris conjointement 64,2 % de la variance – soit guère plus que leur somme. Cela tient au fait que les localités les plus peuplées se trouvent aussi être les mieux connectées, pour les raisons évoquées plus haut. Ces résultats n'ont là encore rien de surprenant : une forte population rend importante la demande agrégée de marchandises rares, ce qui rend possible la présence de spécialisations. Le lien étant étroit dans notre échantillon entre la population et la présence de casernes, il n'est pas surprenant de noter également une corrélation très forte entre nombre de spécialités et garnisons. Le rayonnement des localités contribue quant à lui à élargir l'aire de chalandises des localités, et donc à étendre la surface des marchés de consommation – ce qui joue en définitive dans le même sens que la taille de la ville. Il permet également aux marchands de participer à la coordination des flux de marchandises, favorisant des spécialisations typiques du commerce interrégional – comme grossistes ou marchands-commissionnaires.

Le lien n'est cependant pas apparent entre le nombre de spécialités et la présence de populations aisées ou de branches productives exportatrices. Nous avons vu en effet dans la section précédente de ce chapitre que les principales spécialités marchandes n'étaient pas liées à une consommation de prestige, sauf quelques cas très particuliers à Nancy : la présence de populations aisées ne peut donc expliquer de manière décisive le nombre de branches commerciales représentées. Par ailleurs, les manufactures des villes lorraines étaient peu

¹⁵⁷ Les résultats précis sont à l'annexe 8.

diversifiées : les deux secteurs présents à Mirecourt étaient la lutherie et la dentelle, le seul présent à Nancy les étoffes. Cela ne justifiait donc pas la présence de nombreuses spécialités chez les marchands-fabricants.

La question de la richesse des marchands

Dans le cas de la richesse globale des appareils commerciaux locaux, ce sont deux facteurs qui se détachent, la connexité et la présence d'un bailliage, avec dans les deux cas une *p-value* correspondant à une significativité acceptable¹⁵⁸.

Explication du niveau global d'affaires des marchands par les facteurs	P-value	R ²
Niveau de population	0,106	0,146
Niveau de connexité	0,044	0,219
Présence d'un chapitre	0,135	0,127
Présence d'un bailliage	0,065	0,186
Présence d'une garnison	0,142	0,123
Surreprésentation de l'artisanat	0,234	0,082
Présence de manufactures	0,258	0,074

Le lien est assez évident entre la présence d'un bailliage et la richesse des marchands : l'aisance d'une partie de la population explique leur haut niveau de consommation, et donc le haut niveau d'activité d'un certain nombre de commerçants. Si tous les marchands ne profitent pas également des grandes dépenses des élites sociales, il se peut fort que celles-ci fassent la prospérité de quelques solides boutiquiers. Le cas de Germain Empereur de Pont-à-Mousson ou des Leléal de Nancy est à cet égard emblématique des marchands détaillants fournisseurs des élites sociales. Le pouvoir explicatif de ce facteur est assez élevé ($R^2 = 0,186$), et doit être mis en regard de celui du facteur connexité ($R^2 = 0,219$), lui aussi très significatif. La richesse globale des marchands profite également de la grande ouverture des localités sur l'extérieur, et se nourrit de leur rayonnement. Les marchands sont ainsi d'autant plus riches qu'ils desservent largement l'arrière-pays, voire qu'ils exercent une fonction de coordination des flux de marchandises importante. Il est d'ailleurs intéressant de noter que les deux facteurs se complètent plus qu'ils ne se recoupent : l'indice R^2 cumulé des deux facteurs est de 0,379, soit un montant très proche de la somme de chacun des deux facteurs pris individuellement ($0,219 + 0,186 = 0,405$). La richesse des marchands est donc largement dépendante et de la présence de populations aisées dans leur localité d'installation, et du degré d'ouverture de la localité sur l'extérieur – et plus généralement de leur aptitude à dominer les échanges à une échelle plus ou moins étendue.

L'effet de la présence de branches de production exportatrices sur la richesse des marchands n'est pas apparent, en témoigne la valeur élevée des *p-values* associées aux facteurs « manufacture dispersée » et « manufacture concentrée » : cela tient sans doute principalement au fait que les manufactures lorraines restaient assez modestes encore à la fin

¹⁵⁸ Les résultats précis de l'analyse sont à l'annexe 9.

du XVIII^e siècle, et qu'elles n'étaient pas de nature à faire de manière décisive la prospérité des marchands locaux. Malgré les progrès des cotonnades et des petites étoffes, Nancy, Lunéville ou Neufchâteau n'étaient pas Rouen, Mulhouse ou Troyes, loin s'en faut. Les facteurs « population » et « casernes » ne sont pas non plus significatifs : de fait, une ville populeuse n'est pas nécessairement une ville riche. Dans ces types de localités, les marchands peuvent donc être nombreux, pour les raisons évoquées plus haut, mais leur niveau d'affaires rester assez modeste.

La desserte commerciale des campagnes était assurée par plusieurs canaux à la fois complémentaires et concurrents. Les foires et marchés ruraux étaient relativement peu nombreux dans les espaces lorrains : si les habitants des campagnes avaient recours au commerce périodique pour se procurer des commodités, ce devait donc surtout être dans les villes et les bourgs. A vrai dire, il se peut fort qu'ils aient profité de leurs voyages à la ville ou au bourg pour se rendre également dans les boutiques du lieu : les deux modes de mise à disposition des biens sont donc largement complémentaires. Cela ne devrait pas nous pousser à négliger le commerce proprement rural : les campagnes étaient en effet parcourues de marchands ambulants et, fait notable, étaient convenablement dotées en boutiques, y compris dans des localités faiblement peuplées.

3. Quelle était la population marchande installée en dehors des principaux pôles commerciaux ?

Le grand nombre de marchands présents et actifs dans les campagnes à la fin du XVIII^e siècle est le signe de l'intégration des espaces ruraux aux circuits de consommation de commodités. La présence de marchands dans les campagnes témoigne ainsi d'une demande stable en dehors des pôles commerciaux principaux, qui rend possible et durable l'installation de commerçants. Avant de partir à la recherche d'éventuels principes de localisation des marchands dans les campagnes, il importe de prendre la mesure de l'étendue du commerce rural dans la Lorraine de la fin du XVIII^e siècle. Nous pouvons pour cela nous appuyer sur un important échantillon de villages de toutes tailles et de tous profils économiques, pour lesquels nous disposons de rôles d'impositions nous donnant les professions des contribuables¹⁵⁹.

3.1. La dotation commerciale des campagnes

3.1.1. Les données disponibles et leur utilisation

Les rôles d'imposition

La collecte des rôles d'impositions n'est pas très difficile pour les villes et les bourgs qui, à quelques exceptions près comme Pont-à-Mousson et Neufchâteau, ont conservé leurs archives fiscales. La moisson est cependant bien plus maigre pour les communautés rurales. A la différence de l'Ile-de-France étudiée par Jacques Dupâquier ou de la Normandie étudiée par

¹⁵⁹ John PATTEN, "Village and town: an occupational study", *Agricultural History Review*, 20, 1972, pp. 1-16 ; A. J. TAWNEY et R. H. TAWNEY, "An occupational census of the 17th century", *Economic History Review*, 5, 1934-1935, pp. 25-64.

Guy Lemarchand, peu de rôles d'impositions nous sont parvenus pour la Lorraine¹⁶⁰. Nous disposons de rôles plus ou moins complets pour la fin du XVIIIe siècle pour 62 villages de l'actuelle Meurthe-et-Moselle et pour 49 de l'actuel département des Vosges. Chacun d'eux comptant respectivement 594 et 514 communes, seuls 10 % environ des villages de notre zone de prospection sont donc documentés. La transmission des archives et leur conservation relèvent cependant largement du hasard : ainsi, la couverture du territoire par ces fonds d'archives est assez régulière, qui concernent en outre des localités de toutes tailles. Les villages de Meurthe-et-Moselle étudiables se localisent autant dans les zones de vignoble que dans celles du plateau céréalière ou dans les environs de Nancy ; ceux des Vosges se situent autant dans la « Plaine » céréalière que dans les collines de la Vôge ou dans les espaces montagnards. On a donc de bonnes raisons de penser que l'on dispose d'un échantillon sélectionné de manière aléatoire, et à ce titre relativement représentatif des villages lorrains de cette époque, tant par la population que par les activités pratiquées.

Les campagnes lorraines d'avant la Révolution Industrielle étaient marquées par la prédominance écrasante des activités agricoles. Du fait cependant de la très grande diversité géographique des espaces lorrains, en termes de relief, de climat ou encore de qualité et d'usage des sols, les campagnes étaient très différenciées, si bien que de nombreux petits pays aux caractéristiques bien marquées peuvent être distingués¹⁶¹. Nous en avons en particulier identifié cinq, pour lesquels nous disposons de rôles de Subvention en abondance.

1) Les altitudes de la Montagne vosgienne sont assez modérées, et ne montent pas au-dessus de 1800 m. Il s'agit cependant de zones au climat assez rude, les froids hivernaux du climat semi-continentale étant renforcés par l'altitude. Percées de profondes vallées où coulent des rivières, les Vosges sont fortement mises en valeur. Malgré des terres siliceuses où la culture du froment est difficile, l'occupation humaine est assez dense, grâce aux possibilités de mise en valeur des zones de montagne pour le pacage des bêtes – notamment dans les Hautes Chaumes – et grâce à l'abondance du bois¹⁶². Celui-ci est utilisé pour faire fonctionner des « usines à feu » locales, mais est aussi destiné à la coupe à destination des pays de la Plaine. La coupe et le flottage des bois sont ainsi des activités importantes des espaces vosgiens, la Moselle et ses affluents se trouvant parcourus par des trains de planches, nommés « voiles ».

2) Sur les franges occidentales de la Montagne, on peut isoler une petite région de moyenne montagne, la Vôge, située entre la chaîne secondaire des Vosges à l'est, la chaîne des Faucilles au nord et à l'ouest, et s'étendant jusqu'à la Franche-Comté au sud. Elle se caractérise, à l'époque qui nous occupe, par l'importance des activités manufacturières qui s'y déploient, notamment autour de Darney et de Bains.

3) La Plaine, ainsi nommée par opposition à la Montagne, est en fait une zone de plateaux formée d'un ensemble de collines, située aux pieds de la Montagne vosgienne. Bien connue grâce au travail d'Alain Jacquet, il s'agit d'une région agricole assez riche¹⁶³. On n'y trouve pas de grosses villes, mais seulement des bourgs qui ne se distinguent guère, par la

¹⁶⁰ Sur ces problèmes, voir : Jacques DUPÂQUIER, *La population rurale du Bassin Parisien à l'époque de Louis XIV*, Paris, Editions de l'EHESS, 1979 ; Guy LEMARCHAND, *La fin du féodalisme dans le Pays de Caux*, Paris, Editions du CTHS, 1989, pp. 237-241.

¹⁶¹ *Géographie lorraine*, publiée par la Société Lorraine des Etudes Locales dans l'enseignement public, Nancy, Berger-Levrault, 1937 ; René FRECAUT (dir.), *Géographie de la Lorraine*, Nancy-Metz, Presses Universitaires de Nancy/Éditions Serpenoise, 1983 ; Annette LEXA-CHOMARD et Christian PAUTROT, *Géologie et géographie lorraine*, Metz, Editions Serpenoise, 2006.

¹⁶² Pierre BOYE, *Les Hautes Chaumes des Vosges, étude de géographie et d'économie historiques*, Paris, Berger-Levrault, 1903.

¹⁶³ Alain JACQUET, *La terre, la charrue, les écus. La société villageoise dans la plaine thermale des Vosges de 1697 à 1789*, Nancy, Presses Universitaires, 1998.

taille, de leur environnement paysan immédiat. Dans sa partie occidentale, c'est un des principaux domaines de la vigne de l'espace lorrain¹⁶⁴.

4) Le Saintois est une petite région de plaine au relief ondulé, aux riches terres à blé¹⁶⁵. C'est également une zone viticole importante, en particulier dans les vallées des affluents de la Meurthe et de la Moselle. Les productions agricoles trouvent un débouché aisé sur les marchés des bourgs (Bayon, Pont-Saint-Vincent) et les petites villes (Vézelize) qui quadrillent le territoire. Le Saintois fait ainsi fonction de grenier à blé pour la Lorraine centrale. Les productions viticoles, de très médiocre qualité, sont destinées à la consommation locale et régionale¹⁶⁶.

5) Dans cette zone de plaine riche de la Lorraine centrale, il faut cependant isoler les villages des environs de Nancy. La présence d'une ville de près de 30.000 habitants à proximité a une influence certaine sur les productions locales et la ventilation socioprofessionnelle des populations : bien des habitants produisent ou écoulent des denrées alimentaires à destination de la grande ville proche. Etant un espace traversé par les routes convergeant à Nancy, les environs de la ville sont marqués par la présence massive d'acteurs de la circulation comme les aubergistes ou les voituriers.

6) Le nord et l'ouest de la Lorraine est une zone de faible altitude, marquée par des plissements et des plateaux disposés en gradins, « dont la grande dimension est dirigée du sud au nord, avec inclinaison marquée de toute la masse vers l'ouest, en plongeant sur le bassin parisien »¹⁶⁷. Région aux sols fertiles, ses côtes sont également propices au développement de la viticulture. Le vin est cependant produit en quantités restreintes, et n'est pas destinée à l'exportation hors de la région. Cette zone est traversée de vallées profondes, comme celles de la Meuse ou de la Moselle. Le pays de Pont-à-Mousson est situé dans la vallée de la Moselle, à cheval sur les côtes et les plateaux. Les activités des habitants, en plus de la culture de la vigne et des travaux des champs, sont marquées par la présence de la ville – près de 7.000 habitants en 1793 – et par l'importance du trafic dans la vallée de la Moselle : le nombre d'aubergistes et des voituriers dans les villages est du même ordre que dans les environs de Nancy.

La présentation des données

Nous avons fait le choix ici, pour chaque localité, de dénombrer tout d'abord l'ensemble des acteurs de la circulation des marchandises et des échanges - aubergistes, charretiers et voituriers inclus -, puis de faire le décompte des seuls marchands, toutes spécialités confondues. Les premiers pratiquaient en effet souvent des activités commerciales, ou bien servaient d'adjuvants aux marchands. De plus, leur présence est le signe de la participation des villages à la circulation des marchandises et des personnes à une échelle infrarégionale ou régionale. Pour faciliter la comparaison entre les données de chaque village, nous avons calculé des *ratios* marchands : combien de marchands ou d'acteurs des échanges trouve-t-on dans chaque localité pour 100 habitants ? Sans revenir sur les limites d'une telle

¹⁶⁴ Rien ne permet cependant d'affirmer que les villages de vigneron sont plus riches que les autres : tout dépend en fait de la taille des parcelles exploitées par les vigneron, et des gains qu'ils peuvent de ce fait tirer de leur exploitation. Maurice Lacoste signale que les cahiers de doléances de bon nombre d'entre eux soulignent en 1789 que les travailleurs des vignes ne gagnaient que leur journée (*La crise agricole dans le département de la Meurthe à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution*, Thèse dactylographiée, Paris, 1951, p. 86-87).

¹⁶⁵ Marie-José LAPERCHÉ-FOURNEL, *L'intendance de Lorraine et Barrois à la fin du XVIIIe siècle : édition critique du mémoire* « pour l'instruction du Duc de Bourgogne », Paris, Editions du CTHS, 2006.

¹⁶⁶ LACOSTE, *La crise agricole*, pp. 586-587.

¹⁶⁷ Jacques RISTON, *Contribution à l'histoire de la vigne et de sa culture dans la région lorraine*, Nancy, Vagner et Lambert, 1914, p. 39.

approche (pourquoi calculer le *ratio* par rapport au nombre d'habitants de la localité et non par rapport à l'aire de chalandise estimée ?), nous l'avons choisie pour sa simplicité.

Nous avons relevé les villages dans lesquels des marchands étaient signalés, et nous avons rapporté leur nombre à l'ensemble des villages de la même classe de population, calculant ainsi des fréquences d'apparition des marchands à niveau de population donné. La constitution des catégories de villages s'est faite en combinant des données numériques à des données qualitatives. Les dictionnaires de géographie comme celui d'Expilly ou encore les descriptions régionales comme celle de Durival tendent à considérer comme « petit village » toute localité de moins de 150 à 200 habitants. A l'inverse, à partir de 500 à 600 habitants, ils parlent volontiers de village « gros » ou « considérable ». Il n'est donc pas illégitime, à les suivre, de distinguer trois classes de localités selon leur niveau de population : moins de 200 habitants ; de 200 à 500 habitants ; plus de 500 habitants.

3.1.2. Des campagnes richement dotées en marchands

Les seuils d'apparition des marchands ruraux sont très bas

Le mode le plus simple de présentation des résultats est de classer les ratios marchands obtenus selon la taille des localités, selon les tranches de population retenues ci-dessus. Pour chacune des classes de villages, nous avons calculé la probabilité d'apparition de marchands, puis le *ratio* marchand moyen des localités dotées de commerçants¹⁶⁸.

Fréquence d'apparition des acteurs dans les villages (années 1770/1790)		
Villages de moins de 200 habitants	Acteurs du commerce	0,50
	Marchands	0,25
Villages de 200 à 500 habitants	Acteurs du commerce	0,93
	Marchands	0,76
Villages de plus de 500 habitants	Acteurs du commerce	0,96
	Marchands	0,87

Il ressort de ces données que les commerçants étaient présents dans tous les types de villages, y compris les plus petits. Jouaient cependant des effets de seuil assez marqués. Globalement, à en juger par notre échantillon, il n'était pas rare de trouver des marchands dans des localités de 200 à 300 habitants, et leur présence était presque systématique dans les villages de plus de 500 habitants, dont certains disposaient même d'un appareil commercial nombreux et différencié. Les travaux de Brian Berry et de ses collaborateurs sur les appareils commerciaux régionaux suggèrent, pour les Grandes Plaines américaines des années 1950 et 1960, un lien étroit entre le niveau d'équipement commercial des localités et leur niveau de

¹⁶⁸ Les *ratios* marchands par village sont présentés à l'annexe 10.

population¹⁶⁹. Passé un certain niveau de population – ou plus précisément, de niveau de population de statut social déterminé -, un certain nombre de spécialités productives ou marchandes deviennent nécessaires à la desserte des besoins de la population des espaces considérés¹⁷⁰.

Les seuils et probabilités d'apparition sont corroborés par d'autres approches

On pourrait penser que nos résultats, qui vont dans le sens d'une large dotation commerciale des campagnes, sont entachés par des effets de sources - les villages étudiés, notamment les plus petits, étant par un heureux hasard massivement équipés de marchands. Deux séries de données vont nous permettre de tester nos résultats. Les dossiers de faillite tout d'abord, massivement conservés à partir des années 1760, nous permettent d'étudier à quels niveaux de population les marchands apparaissent dans les localités¹⁷¹. Les registres des patentes de l'année 1793 conservés pour la plupart des localités du district de Vézelize aideront à préciser ces résultats.

a) Les bilans de faillite déposés

Sur la période 1771/1790, on relève pour nos espaces d'observation 484 dossiers de demande d'attribution déposés. Nous avons de bonnes raisons de penser qu'un tel relevé ne constitue en aucun cas une carte satisfaisante du commerce des Duchés à la fin du XVIIIe siècle : la faible place qu'occupent plusieurs villes, comme Saint-Dié ou Epinal, n'est pas du tout proportionnelle à leur participation à la vie d'échanges de la province. Ce tableau des bilans déposés reflète sans doute surtout l'assise effective de la Juridiction Consulaire parmi les marchands de la province. Il nous indique cependant plusieurs localités rurales où l'on trouvait des marchands. Leur ventilation par grands types de localités est présentée dans le tableau ci-dessous.

Types de localités	Nombre de dossiers	Proportion
Villes	386	79,8
Villages et bourgs	98	20,2
Ensemble	484	100

¹⁶⁹ BERRY, *Géographie des marchés et du commerce de détail*, chapitre 2 : « Les variations systématiques de la hiérarchie », pp. 53-105. Sur l'emploi de la notion de seuil dans les sciences sociales, voir : Boleslaw MALISZ, *La formation des systèmes d'habitat. Esquisse d'une théorie des seuils*, Paris, Dunod, 1972.

¹⁷⁰ « La nomenclature des métiers a montré (...) que les fonctions de la ville, les services offerts s'étaient diversifiés. En grandissant, elle devenait donc apte à couvrir dans leur totalité les besoins d'une zone plus vaste. Son pouvoir de commandement régional s'élargissait et compensait l'élévation du degré de dépendance qui l'attachait à l'extérieur à travers le commerce lointain. Les foires nous sont apparues (...) comme des vitrines commerciales : mais une ville ne essor démographique joue le même rôle de plus en plus efficacement ; elle exerce une démonstration permanente ; lorsqu'elle atteint un certain poids, de nouveaux besoins apparaissent. Les inspecteurs des manufactures l'avaient noté vers le milieu du siècle dans l'habillement. La croissance vertigineuse des débits de boisson, cabarets et bouchons donne un autre exemple, à revoir dans une perspective d'hygiène sociale, mais très lié, déjà, à la fonction marchande », PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, p. 531.

¹⁷¹ Un tel tableau, au demeurant peu satisfaisant, a pu être tenté à l'échelle de l'Angleterre en 1785 par H.-C. et L. MUI (*Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, pp. 53-63).

Sans grande surprise, les villes s'arrogent les quatre cinquièmes des dossiers de faillite déposés. Il se peut cependant que leur place dans le commerce soit surévaluée, et que les marchands ruraux fussent en réalité plus nombreux. Le fait de déposer un bilan à la justice consulaire suppose en effet un certain niveau d'affaires et une certaine reconnaissance de son activité par l'institution. De ce fait, le commerce occasionnel ou la revente se trouvent vraisemblablement exclus de notre relevé. Celui-ci ne peut donc au mieux que dresser un tableau du haut du panier des marchands ruraux. Au moins avons-nous ici la certitude que les marchands étudiés ne sont pas des commerçants occasionnels.

Nous avons vu plus haut que la présence de marchés dans une localité en faisait un pôle commercial animant les échanges à l'échelle d'un petit pays. Ce n'était pas le cas des foires isolées, qui n'exerçaient un tel rayonnement qu'une ou plusieurs fois par an ; au demeurant, les foires isolées étaient en Lorraine d'envergure modeste, et ne pouvaient à ce titre exercer une polarisation commerciale importante. On peut donc à bon droit considérer les sièges de foires seules comme des villages, à l'exception de Saint-Nicolas-de-Port – gros bourg proche de Nancy que les autorités ont préféré priver de marché pour éviter des afflux insuffisants de grains dans la capitale de la province. Ainsi, si l'on relève l'ensemble des localités non-urbaines dépourvues de marché, la répartition des marchands par groupes de population est la suivante.

Population des localités	Nombre de dossiers	Fréquence
< 300 habitants	15	0,22
300 à 500 habitants	18	0,26
> 500 habitants	36	0,52
Ensemble	69	1,00

En tenant compte non pas le nombre de marchands, mais le nombre de localités où ils apparaissent, on aboutit à des résultats similaires. Les petits villages sont faiblement représentés dans notre échantillon, tandis que les localités de plus de 500 habitants s'arrogent la majorité des marchands faillis.

Population des localités	Nombre de localités où apparaissent des marchands	Fréquence
< 300 habitants	8	0,18
300 à 500 habitants	13	0,29
> 500 habitants	24	0,53
Ensemble	45	1,00

La comparaison entre la répartition géographique des marchands faillis et le nombre de localités de chaque catégorie dans les espaces observés – correspondant très grossièrement à la Meurthe-et-Moselle et aux Vosges actuelles – suggère que les villages de plus de 500

habitants étaient nettement surreprésentés dans notre échantillon de commerçants, à l'inverse des villages de moins de 300 habitants.

Population des villages en 1793	Nombre de villages dans chaque tranche de population (départements actuels)			
	Meurthe-et-Moselle	Vosges	Ensemble	Part en %
< 300 habitants	339	235	574	49,3
de 300 à 499 habitants	174	143	317	27,2
> 500 habitants	116	157	273	23,5
Ensemble	629	535	1164	100,0

Ces résultats sont largement congruents avec nos observations portant sur les rôles d'imposition. On peut donc raisonnablement supposer que la probabilité de trouver un marchand dans les campagnes est d'autant plus forte que le village est plus peuplé. Le seuil de 500 habitants pour une implantation assurée de marchands dans les localités rurales est le résultat le plus assuré de toute cette enquête. On peut donc raisonnablement penser que plus d'un village lorrain sur quatre comptait au moins un commerçant à la veille de la Révolution française. L'accès des campagnards aux boutiques rurales était donc assez aisé, étant donnée la densité du semis des boutiques sur le territoire¹⁷².

b) L'équipement commercial des villages du district de Vézelize en 1793

Le district de Vézelize est un petit territoire essentiellement rural, au cœur d'une zone agricole relativement aisée, le Saintois : il se peut de ce fait que le nombre de commerçants présents dans les localités soit plus élevé que la moyenne. Les villages du district sont cependant très bien reliés à la petite ville, ce qui pourrait décourager l'installation de marchands de commodités dans les campagnes – sachant que dans le même temps cela pourrait favoriser les activités commerciales destinées à fournir Vézelize en matières premières et denrées de consommation. Les registres des patentes pour les villages du district sont d'une grande précision, et indiquent dans la plupart des localités la spécialisation commerciale des marchands. De tels détails nous permettent de calculer comme plus haut les fréquences d'apparition des commerçants dans leur ensemble, des seuls marchands des commodités et des seuls marchands en boutique – étant donné que le nombre de colporteurs dans les villages est important. Les résultats sont synthétisés en reprenant les tranches de population employées dans les paragraphes précédents. Ils ne concernent que les 54 villages (sur 64) pour lesquels nous disposons d'indications précises sur la population marchande et ses activités.

¹⁷² Sans donner de chiffres précis, S. I. MITCHELL parvient à la même conclusion pour le Cheshire à la fin du XVIIIe siècle ('The development of urban retailing 1700-1815', in Peter CLARK (dir.), *The Transformation of English Provincial Towns 1600-1800*, Hutchinson, Londres, 1985, pp. 259-283, plus spécialement pp. 270-271).

Fréquence d'apparition des commerçants dans les villages				
Catégories de villages	Nombre de localités	Fréquence d'apparition des marchands (toutes spécialités)	Fréquence d'apparition des marchands de commodités	Fréquence d'apparition des boutiquiers en commodités
Moins de 200 habitants	9	0,56	0,22	0,22
De 200 à 500 habitants	32	0,72	0,59	0,38
Plus de 500 habitants	13	0,85	0,77	0,46

Les fréquences d'apparition des marchands toutes spécialités confondues sont tout à fait comparables à celles mises en évidence à l'échelle de la province entière, ce qui tend à corroborer nos résultats. La fréquence d'apparition des seuls boutiquiers en commodité est également élevée, mais est d'interprétation plus délicate : la relative richesse de l'espace considéré tend peut-être à surévaluer le nombre de marchands de biens de consommation dans les campagnes.

Etant donnée l'étroitesse de notre échantillon, il ne nous est pas possible de dire s'il existait des différences de seuil d'apparition des marchands entre microrégions¹⁷³. Dans le cas lorrain, il se peut par exemple que dans des villages de vigneron, dont la production était largement tournée vers l'exportation, l'équipement commercial ait été plus dense que dans des villages de laboureurs, plus autosuffisants du point de vue alimentaire. La Lorraine étant segmentée en des campagnes aux profils économiques très marqués, il se peut que la dotation marchande entre elles soit assez différenciée. Par ailleurs, la présence de marchands dans un village de moins de 200 habitants sur trois laisse supposer que le critère de population n'était pas le seul facteur explicatif pertinent des localisations marchandes : les aménités des lieux et la ventilation socioprofessionnelle des populations devaient également jouer. Dans les pages qui suivent, nous allons tester un certain nombre d'hypothèses de localisation des marchands, dans lesquelles nous pouvons faire entrer les activités socioprofessionnelles des populations locales.

3.2. Les déterminants de l'implantation des marchands dans les campagnes

Il n'est pas certain que le seuil de population soit le seul critère explicatif de la localisation des marchands : il se peut en effet qu'à niveau de population équivalent, on trouve des marchands dans une localité isolée ou enclavée, tandis que tout appareil commercial serait absent dans une localité située à proximité d'un gros bourg ou d'une petite ville. Il faut également tenir compte d'autres facteurs de localisation des activités marchandes, comme les niveaux de richesse de la population ou la proximité de la frontière – qui fournit des occasions de contrebande. Quelques hypothèses de localisation des marchands dans les campagnes peuvent être formulées à partir du « Mémoire sur le Clermontois », description « statistique » de cette petite province incluse dans la Généralité de Metz : rédigé en 1785 pour les Fermiers Généraux, ce texte présente chaque localité de la province, insistant sur leur importance commerciale et sur les activités économiques pratiquées.

¹⁷³ BERRY, *Géographie des marchés*, pp. 159-188.

3.2.1. L'implantation des marchands dans les campagnes : quelques hypothèses

Les principes de localisation des marchands dans les campagnes ne diffèrent *a priori* pas fondamentalement de ceux qui ont cours dans les villes. La présence continue de marchands dans des villages s'explique par les aménités qu'offrent ces localités, qui permettent à des activités commerçantes de se déployer voire de prospérer. Ces aménités peuvent tenir à des conditions internes aux villages – c'est-à-dire en définitive à la structure socioprofessionnelle de leurs habitants – ou à leur position géographique leur permettant de rayonner sur les espaces environnants ou de s'insérer dans des flux commerciaux spécifiques.

La présence de marchands dans les campagnes est selon toute vraisemblance liée à l'existence d'une clientèle solvable susceptible d'acquérir les commodités proposées. Il peut tout d'abord s'agir de bons laboureurs, dont les revenus tirés de la vente de leurs productions ne seraient pas intégralement dépensés dans les bourgs de marchés des environs, mais bénéficieraient aussi aux commerçants locaux. De nombreux villages étaient également lieux de résidence, tout ou partie de l'année, des seigneurs du lieu, qui vivaient entourés de leur famille et de leur domesticité : tout comme les moines vivant dans les abbayes, leur présence favorisait probablement les activités marchandes, en entretenant la consommation locale à un haut niveau. Si chez eux aussi une bonne partie des dépenses se faisait vraisemblablement à la ville ou au bourg proche, mieux dotés en commerçants spécialisés et aux assortiments diversifiés, les artisans et commerçants locaux en bénéficiaient sans doute malgré tout quelque peu. Les hauts niveaux de dépense n'étaient cependant pas forcément imputables aux seules catégories les plus aisées de la population. On sait que les villages comptaient de nombreux vigneron, de nombreux artisans voire, dans certaines localités dotées de forges ou d'autres types de fabriques, de nombreux ouvriers. Même si une large partie des ruraux disposaient au moins d'un petit lopin, il se peut fort que ces vigneron, artisans et ouvriers n'aient souvent pas été autosuffisants pour leurs approvisionnements alimentaires – à la différence des cultivateurs. Il leur fallait alors acheter la majeure partie de leurs consommations, ce qui peut favoriser l'installation de marchands de victuailles dans les localités. A supposer que ces achats se fassent auprès de laboureurs, l'argent ainsi injecté dans le circuit économique local pouvait nourrir les achats de commodités, et favoriser la présence de marchands dans les villages¹⁷⁴.

La position géographique des villages peut également expliquer le niveau et le type de leur dotation en marchands. Beaucoup de marchands présents dans les campagnes devaient collecter et exporter les productions de leur petit pays vers les principaux marchés de la région. C'est ainsi que selon les productions locales, différentes spécialités commerciales apparaissent : marchands de vin dans les zones de vignoble, marchands de bois dans les zones les plus boisées – ou situées sur les grands axes de circulation des flottes -, mais aussi marchands de dentelles dans les environs de Mirecourt et dans la Vôge comme à Ligneville (des *Verleger* ruraux, vraisemblablement) ou marchands de grains. Dans la Plaine sous-vosgienne, le village d'Houécourt ne compte ainsi pas moins de 18 laboureurs-marchands ; dans le Saintois, on trouve nombre de marchands-distillateurs d'eau de vie, résultat sans doute autant de la nécessité d'écouler les stocks de vin excédentaires que des habitudes alimentaires locales prises au cours du siècle. La proximité des grandes villes favorisait la production de

¹⁷⁴ Rôle des usines et manufactures. Certainement un simple complément, qui ne permet pas pour eux de gros excédents leur permettant à proprement parler de « consommer » ; mais en fait, la présence de verreries semble plutôt favoriser celle de cabarets, comme à Neuville (618 habitants) : « ce village est en général pourvu de 6 cabaretiers dont le débit est assez intéressant à cause des ouvriers des verreries voisines qui dans le temps de leur repos y apportent le fruit de leurs épargnes ». Exemple des quatre villages des Grandes Illettes, Petites Illettes, La Noue-Saint-Vanne, et Boisbachin, 822 habitants en tout : « les gentilshommes des verreries voisines et les hameaux voisins viennent y acheter les marchandises dont ils ont besoin, ce qui a donné lieu à l'établissement de deux marchands d'étoffes et de mercerie qui y trouvent leur compte ».

quelques marchandises spécifiques destinées à satisfaire les consommateurs des cités proches : on trouve dans ces campagnes nombre de « cossons », petits marchands de bois et autres marchands de victuailles¹⁷⁵. Frouard en particulier se distingue par le grand nombre de « cossons » (sept « coquetiers » et un « fruitier »), de même que Heillecourt (quatre « coquetiers »). A une échelle moindre, cette surreprésentation se retrouve dans les environs de Darney, où quelques villages sont bien dotés en « cossons » - sans doute pour approvisionner cette petite localité, ou pour desservir Vittel et Contrexéville, déjà villes d'eau à cette époque.

La présence des marchands dans les villages peut aussi s'expliquer par des configurations institutionnelles particulières, concourant à détourner les flux de marchandises au bénéfice de certaines localités. Un certain nombre de villages possédaient une ou plusieurs foires, qui en faisaient périodiquement des points de convergence des flux commerciaux locaux : il se peut ainsi que de tels équipements aient contribué à fixer localement des marchands. Les frontières contribuaient sans doute également à favoriser l'installation de commerçants dans les campagnes. L'espace politique lorrain était extrêmement fragmenté, et les frontières avec la Champagne, la Bourgogne, la Franche-Comté et l'Alsace correspondaient à des barrières douanières¹⁷⁶. Les affaires instruites devant la Commission de Reims, chargée de réprimer les attaques contre les agents de la Ferme Générale dans le nord-est du Royaume, suggèrent que les grands négociants des villes se livraient largement à la contrebande de cotonnades à destination des Cinq Grosses Fermes. De plus petits marchands installés à proximité des frontières extérieures des Duchés pouvaient cependant participer à ces flux illicites, en revendant des quantités modestes à des contrebandiers opérant à une échelle limitée : la situation frontalière pourrait ainsi favoriser l'implantation de marchands.

3.2.2. *Les indicateurs retenus pour la vérification des hypothèses*

Pour déterminer le poids relatif de ces facteurs de localisation des marchands, nous entendons procéder comme précédemment pour les villes à un calcul de régression. Pour ce faire, il nous faut sélectionner un certain nombre d'indicateurs représentatifs de chacun des facteurs de localisation évoqués¹⁷⁷.

Les facteurs internes de localisation des marchands

Il s'agit ici de trouver des indicateurs pertinents permettant de faire ressortir les caractéristiques spécifiques de la demande des populations locales. Les cotes d'imposition de la Subvention et des Ponts et Chaussées fournissent un indicateur acceptable du poids économique respectif des laboureurs et des autres catégories sociales dans la richesse locale – et donc de l'effet d'entraînement qu'ils peuvent avoir sur le niveau de la consommation. Les rôles d'impositions ne nous apportent cependant pas tous les renseignements désirables sur les niveaux de richesse des populations locales. Nobles et ecclésiastiques échappant au paiement des impositions directes, il faut recourir à d'autres indicateurs pour mettre en évidence leur poids éventuel dans les consommations. Devant l'imprécision des rôles quant aux

¹⁷⁵ Sur l'effet d'entraînement de la ville sur ses environs, voir PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 192-206.

¹⁷⁶ Sur ces questions, voir : Julien VILLAIN, « Privilèges douaniers et profits marchands. Le cas de la Lorraine et des Trois-Evêchés, provinces de 'l'étranger effectif' 1718-1791 », dans *Die Ökonomie des Privilegs. Westeuropa 16.-19. Jh./L'économie du privilège, Europe occidentale XVIe-XIXe siècles*, Francfort-sur-le-Main, Vittorio Klostermann, à paraître en 2016.

¹⁷⁷ Une synthèse des facteurs de localisation des marchands dans les campagnes est présentée à l'annexe 11.

dénominations professionnelles, il convient également de trouver d'autres indicateurs du poids démographique et économique des ouvriers des manufactures.

a) La ventilation sociale de la fortune

Notre hypothèse est que le niveau général des consommations dans les localités dépend de la richesse des populations. Même si l'éventail des richesses était très ouvert dans les campagnes du XVIII^e siècle, il existait un fort noyau de populations solvables incarné par les « laboureurs ». De plus, les artisans et les ouvriers étaient très dépendants des achats sur le marché pour leurs approvisionnements, n'étant pas autosuffisants du point de vue alimentaire. La surreprésentation de ces deux catégories sociales dans les villages stimulait donc la consommation passant par le marché et favorisait l'implantation de marchands.

La mesure de leur poids peut se faire en les dénombrant dans l'ensemble des contribuables ou bien en prenant en compte leur poids collectif dans les impositions. Nous avons préféré la deuxième solution. Une simple étude du nombre de foyers de chaque catégorie sociale ne permet pas en effet de prendre la mesure de leur puissance économique collective. Comme indice du niveau de fortune des laboureurs et des artisans, nous avons retenu la part de leurs cotes de subvention dans le total de la somme assise sur le village. L'indicateur qu'est la cote d'imposition est à vrai dire imparfait, dans la mesure où il est soumis à un certain nombre de diminutions pour situations particulières – comme le fait de s'être marié dans l'année ou d'être à la tête d'une famille nombreuse. Par ailleurs, et de manière plus fondamentale, il semblerait que l'assiette des cotes d'imposition tienne surtout compte des biens fonds comme les terres ou les bâtiments – ce qui naturellement tend à surévaluer les cotes des laboureurs, souvent propriétaires de leurs champs, et à minorer celles des artisans, aux propriétés foncières plus modestes. La sous-évaluation des fortunes des artisans étant cependant généralisée, les biais jouent dans le même sens dans tous les villages et contribuent à annuler la surreprésentation des laboureurs.

b) D'autres indicateurs sont nécessaires pour la noblesse et le clergé régulier

Un tel indice n'est cependant valable ni pour les nobles, ni pour les ecclésiastiques, dont on peut supposer qu'ils jouaient un rôle certain dans la consommation des campagnes. Nous avons donc introduit un facteur non pas numérique mais logique, selon la résidence ou non d'un seigneur et de sa domesticité et la présence ou non d'une abbaye ou d'un prieuré. Nous nous sommes pour ce faire appuyés sur les données des rôles de la subvention, qui sont censés indiquer le nom des « francs », dispensés du paiement de l'impôt. Au cas où cette stipulation aurait été omise, nous avons complété ces données par celles de Durival, qui dans sa *Description de la Lorraine et du Barrois* indique systématiquement pour chaque localité la présence d'un château ou d'une abbaye¹⁷⁸. Nous nous sommes appuyés sur le même ouvrage, ainsi que sur ceux de Lazowski et de Dietrich sur les manufactures lorraines dans les années 1780, pour indiquer la présence ou non de fabriques dans les villages étudiés¹⁷⁹.

Les facteurs externes de localisation des marchands

¹⁷⁸ Le troisième tome de l'ouvrage de DURIVAL (*Description de la Lorraine et du Barrois*) consiste en un relevé alphabétique des localités des Duchés.

¹⁷⁹ Baron de DIETRICH, *Description des gîtes de minerais, forges, salines, verreries, tréfileries, fabriques de fer blanc, porcelaine, faïence, etc. de la Lorraine méridionale*, Paris, Didot jeune, An VIII (table des matières : pp. 541-576).

L'indice le plus pertinent d'une insertion des villages dans les circuits d'échanges est là encore leur accessibilité routière. Pour que les marchands d'une localité puissent écouler leurs marchandises dans les villages des environs, voire vendre les productions locales dans les villes et les bourgs proches, il est nécessaire de pouvoir y accéder assez facilement. En effet, les marchandises produites par les campagnes lorraines étaient bien souvent pondéreuses, comme les grains, le bois ou le vin : le transport de ces produits sur une distance assez importante supposait des routes de bonne qualité. Une des conditions de l'exportation des marchandises depuis les villages résidait donc dans la proximité des routes : l'indice de connexité déjà employé est à cet égard ici encore pertinent.

Toutes les marchandises tirées des campagnes n'étaient cependant pas aussi pondéreuses, comme pour les productions maraîchères destinées aux marchés urbains. Dans ce cas, le voisinage d'une ville ou d'un bourg était un atout, et pouvait expliquer la présence d'un certain nombre de petits marchands de primeurs ou d'autres productions destinées aux consommateurs urbains. Une telle position pouvait cependant jouer aussi en sens contraire, notamment à proximité des bourgs dont les habitants n'avaient pas grand peine à se procurer laitages ou légumes : dans ce cas, il se peut en effet que la présence de marchands dans le bourg ait dissuadé l'installation de marchands dans le village, la concurrence étant trop rude. On parlera de voisinage dès qu'un village se trouve à une distance inférieure ou égale à 5 km d'une ville ou d'un bourg.

Les configurations institutionnelles spécifiques comme la présence d'une foire ou la proximité frontalière seront prises en compte de manière simple, sous la forme d'un codage logique. Nous nous appuyons sur le relevé des foires de 1794 déjà employé plus haut pour déterminer la présence de tels équipements dans les villages. La proximité frontalière, assimilée à une distance à la frontière inférieure ou égale à 5 km, a été vérifiée à partir de deux documents cartographiques exploitables, la carte de Cassini – datant des années 1760 dans le cas lorrain – qui indique le tracé des frontières, que nous complétons par la carte d'André Allix de 1920.

3.2.3. Résultats

Autant on ne saurait imaginer de villes ou de bourgs sans marchands, autant tous les villages n'étaient pas dotés de commerçants. Sur les 76 cas de l'échantillon étudié, il ne s'en trouve en fait que 48 où des marchands sont représentés. Par ailleurs, à la différence peut-être des villes, la qualification de « marchand » dans les campagnes est problématique, puisque bien des commerçants ruraux étaient des pluriactifs, le commerce étant bien souvent une spéculation parmi d'autres. La présence de cinq « marchands » dans un village ne peut donc être assimilée à l'existence de cinq commerçants de plein exercice. Le calcul de *ratios* marchands est ainsi moins pertinent que dans les villes. Pour toutes ces raisons, il est plus pertinent de rechercher non pas les facteurs du niveau du *ratio* marchand des localités, mais de la présence ou de l'absence de commerçants. Pour une telle recherche, la méthode de la régression logistique est la plus pertinente¹⁸⁰.

Le niveau de la *p-value* de chaque facteur permet de déterminer sa valeur explicative. Comme dans le cas d'une régression linéaire, c'est en-dessous du seuil de 0,05 qu'une relation entre les deux éléments est jugée recevable. Le tableau suivant donne la *p-value* des facteurs, classés par ordre de recevabilité.

¹⁸⁰ Les résultats de la régression linéaire sont présentés à l'annexe 12.

Explication du niveau global d'affaires des marchands par les facteurs	<i>P-value</i>
Niveau de population	1.025e-08
Surreprésentation des laboureurs	0,002
Surreprésentation de l'artisanat	0,011
Surreprésentation des vigneron	0,051
Niveau de connexité	0,063
Proximité d'un pôle commercial	0,492
Présence de manufactures	0,992
Présence d'une foire	0,991
Présence d'un château ou d'un monastère	0,988

Les résultats précédents nous permettent tout d'abord d'éliminer un certain nombre de facteurs peu pertinents pour l'explication de la présence de marchands. L'existence dans le village d'un château ou d'un monastère n'est tout d'abord pas déterminante, et leurs consommations ne contribuent pas à accroître la demande locale en commodités au point de favoriser la présence de marchands. En fait, outre que les seigneurs ne résidaient sans doute dans les villages que de manière intermittente, il se peut que moines et nobles effectuaient leurs achats en commodités à la ville ou au bourg proches – là peut-être où l'offre était la plus diversifiée, le goût des marchands plus assuré et les tailleurs plus habiles. Il est fort possible que les seuls achats effectués sur place aient été ceux de denrées alimentaires, auprès des paysans ou des bouchers. D'autres facteurs comme les foires ne semblent pas non plus devoir être retenus : si ces implantations entraînaient un concours périodique de commerçants, elles n'étaient pas en mesure de fonder à elles seules des implantations commerciales durables. De fait, les marchands qui les fréquentaient devaient être des ambulants ou des commerçants des environs. Enfin, la présence d'un pôle commercial dans les environs ne semble pas non plus un élément qui joue sur l'existence de marchands dans les localités, ni dans un sens ni dans l'autre : les seuls cas où la corrélation entre les deux éléments est avérée sont ceux de villages situés à proximité de grandes villes, dans lesquels apparaissent certaines spécialités – liées notamment à l'alimentation comme les « cossons ».

La présence de marchands dans les villages semble plutôt s'expliquer avant toute chose par le haut niveau de population en leur sein : tout comme dans les villes, la demande agrégée dans la localité est apparemment déterminante. La connexité semble également être un facteur explicatif : cela laisserait penser que les villages les mieux reliés à l'extérieur étaient susceptibles de rayonner sur les environs, et donc de satisfaire les besoins des populations d'autres localités. De fait, le haut niveau d'affaires d'un certain nombre de marchands des campagnes laisse penser que l'aire de chalandise de beaucoup d'entre eux dépassait de loin les limites de leur village. On observe enfin un lien fort entre présence des marchands et importance des laboureurs, des vigneron et des artisans dans les impositions : la présence massive de catégories rurales aisées ou alors non-autosuffisantes - et donc dépendantes du marché pour leurs approvisionnements – expliquerait également la présence marchande dans les villages.

Il est cependant possible de distinguer l'importance de ces différents facteurs. Le plus significatif d'entre eux étant la population, on peut déterminer statistiquement le poids de

chacun des autres facteurs une fois introduite la variable population. Le tableau suivant donne les résultats.

Contribution des facteurs une fois tenu compte du facteur population	<i>P-value</i>
Surreprésentation des laboureurs	0,182
Surreprésentation de l'artisanat	0,719
Surreprésentation des vigneron	0,104
Niveau de connectivité	0,224

Il apparaît que la significativité des autres facteurs une fois tenu compte de la population est faible, leur *p-value* étant dans tous les cas élevée. Il semblerait donc que le seul élément vraiment tangible expliquant la présence de marchands dans les campagnes soit la population des villages.

Les marchands de commodités dans les campagnes n'étaient pas souvent de purs commerçants, et ces activités étaient complémentaires d'activités principales généralement liées au travail de la terre ou à l'artisanat. C'est indéniablement le signe de la relative modestie des quantités de marchandises écoulées dans les villages où résidaient ces commerçants : il n'était bien souvent pas possible de vivre uniquement du commerce des commodités à la campagne. Cette pluriactivité des commerçants ruraux obéit cependant à des logiques fonctionnelles assez strictes. Ce sont souvent de solides laboureurs, impliqués dans la commercialisation du produit des terres, qui par prolongement de leurs activités de vente de grains en viennent à écouler tous types de marchandises qu'ils se procurent dans les villes. Ce type de spéculateur poly-actif voisine avec les artisans ruraux, qui outre le travail d'une parcelle de terre, se livraient fréquemment à d'autres activités, souvent contiguës à leur spécialisation productive. Dans certains cas, et comme dans les villes, le commerce était une planche de salut pour de pauvres personnes aux faibles revenus, qui tiraient quelques gains de la revente à l'extérieur de productions locales ou de rebuts des boutiques urbaines¹⁸¹.

3.3. Les trois figures du commerce rural

L'expression employée plus haut à de nombreuses reprises de « marchand proprement dit » est dans une large mesure inadaptée, car on retrouve dans les rôles de la subvention assez peu de purs marchands. Les indications de profession nous montrent en effet que nombre de marchands pratiquaient un faisceau d'activités plus ou moins large, et que le commerce des biens de consommation n'était qu'une spéculation parmi d'autres : certains pratiquaient d'autres activités de services, quand d'autres voyaient dans la marchandise un complément à leurs activités agricoles¹⁸². Le commerce de détail était souvent dans les campagnes une

¹⁸¹ Laurence FONTAINE, *Histoire du colportage en Europe XVe-XIXe siècle*, Paris, Albin Michel, 1993 ; Id., *Le marché : histoire et usages d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, 2013.

¹⁸² Que le commerce rural s'adosse généralement à d'autres activités est vraisemblablement un trait général des économies préindustrielles, que l'on retrouve également dans l'Angleterre des XVIIe et XVIIIe siècles. Mark Overton et ses collaborateurs indiquent qu'en Cornouailles et dans le Kent, entre 1600 et 1749 plus de 50 % des acteurs du petit commerce (détaillants, marchands de nourriture, cabaretiers et aubergistes) sont liés à l'agriculture, que 20 à 25 % sont engagés dans l'artisanat et dans le bâtiment (textile, métallurgie, bois, cuir, tailleurs, construction) et 30 à 40 % dans la boucherie et l'alimentation. (Mark OVERTON, Jane WHITTLE,

manière d'échapper à la précarité de l'existence, phénomène que l'on retrouve en ville : la présence de petits marchands ruraux serait donc autant le signe d'une demande locale en biens de consommation que le symptôme de la pauvreté rurale. Il serait faux cependant d'occulter l'existence de solides marchands ruraux, qui dans bien des cas adossaient leurs activités commerciales à la possession ou à l'exploitation de biens fonds considérables : ces marchands laboureurs se rapprocheraient ainsi du type social des « coqs de village »¹⁸³. Nous tirons cependant l'essentiel de nos exemples du petit bourg de Flavigny-sur-Moselle, situé à une quinzaine de km au sud de Nancy, du fait de la précision de ses rôles d'impositions et de la richesse de son appareil commercial.

Le commerce comme planche de salut ?

Le monde du commerce dans les campagnes est marqué par la présence de petits acteurs aux cotes d'impositions très faibles. L'assiette des impositions se faisant à partir d'une estimation des facultés, et la possession ou l'exploitation de la terre étant à cet égard déterminantes, ces marchands étaient sans doute de simples locataires de leur domicile et de quelques arpents de terre qu'ils devaient malgré tout exploiter. Etant au mieux de simples salariés agricoles, leurs ressources devaient être limitées. Il n'est donc pas surprenant de compter dans les villages nombre de petits revendeurs, pour qui le commerce était un revenu de complément. C'était le cas en particulier de veuves ou de filles majeures qui, privées de ressources, voyaient dans le commerce une planche de salut. A Flavigny, on trouve ainsi en 1726 la Veuve Dupont, « vendant vin, brandevin, et autres choses » : cotée pour 4 liv. l. 4 s., elle se trouve bien en-dessous de la cote moyenne de 16 liv. l. 6 s. Une telle cote dénote l'absence de possession d'un bien fond important, mais aussi la grande modestie des activités pratiquées. De la même manière, en 1762, la Veuve Martin, « vendant mercerie », parvient-elle ainsi à échapper à la pauvreté : avec 8 liv. l. 10 s., elle était tout juste trois fois plus cotisée que les veuves réduites à la mendicité.

Ce minuscule commerce n'était pas nécessairement une mono-activité. Il était bien souvent temporaire, et pratiqué quelque mois dans l'année pendant la morte-saison agricole. C'est ainsi que dans le district de Vézelize en l'An III, beaucoup de marchands ruraux, en particulier des colporteurs, ne sollicitent une patente que pour trois ou six mois, couplant vraisemblablement cette activité avec d'autres. Des chiffres !

Les branches dans lesquels ces tout petits opérateurs se lançaient étaient généralement la mercerie ou le commerce de produits alimentaires. Dans le premier cas, il s'agissait de se procurer des petits objets auprès des marchands des environs, pour les écouler dans les villages. Les arrivages et les occasions de s'en procurer étant sans doute très irrégulières, ce type de commerce devait s'apparenter à du commerce ambulancier : la marchandise n'était écoulée dans les villages qu'à des intervalles plus ou moins éloignés, sans continuité d'activité. Outre la mercerie, on voyait de ces petits marchands occasionnels vendre aussi du vin à la bouteille ou au verre, des épiceries, ou bien avoir obtenu une licence pour écouler du tabac dans le village. On relève en outre la présence importante de cossons dans les villages, en particulier dans les environs des grandes villes. Les marchés urbains étaient en effet demandeurs de fruits, de légumes, de laitages, de volaille et d'œufs frais, et le ravitaillement

Darron DEAN et Andrew HANN, *Production and Consumption in English Households*, Londres, Routledge, 2004, p. 115).

¹⁸³ C'est également ce que tente Jean-Michel BOEHLER dans *Une société rurale en milieu rhénan : la paysannerie de la plaine d'Alsace (1648/1789)*, Strasbourg, 1994, tome 2, en particulier dans le chapitre intitulé : « L'équilibre social : hiérarchies et clivages » (pp. 991-1174) consacré aux différentes catégories sociales dans les campagnes, et sur le cas des cabarettiers et leur place dans la société rurale.

en ces productions abondantes à la campagne. Ce type de marchands est particulièrement abondant dans les environs de Nancy. A Jarville-la-Malgrange, aux portes de la ville, on compte en 1752 sept cossons sur 11 acteurs de la circulation, et encore quatre sur 10 une décennie plus tard. A Frouard, les coquetiers représentent trois acteurs de la circulation sur 12 en 1763, et même 11 sur 22 en 1775. Ce type de commerçant est peu représenté dans la Plaine vosgienne ou dans le Saintois – ce qui reflète l'aire l'influence directe de Nancy ou des autres grandes villes -, mais on le retrouve dans la Montagne vosgienne, tant du fait de la présence d'assez grandes agglomérations comme Saint-Dié ou Remiremont, que du fait de la vente de produits spécifiques. La Montagne est en effet une grande productrice de laitages, notamment les fromages, écoulés par de petits marchands vers les agglomérations des vallées ou de la Plaine : cossons et coquetiers forment ainsi l'essentiel des acteurs de la circulation des marchandises de Rochesson, Sapois ou Ventron, à proximité de Remiremont.

Les brasseurs d'affaires des campagnes

Beaucoup d'artisans ou de praticiens de la circulation des marchandises faisaient du commerce une extension de leurs activités. Il n'était plus tant ici question d'un revenu d'appoint permettant de survivre, que d'une activité se plaçant dans la continuité de la spéculation principale¹⁸⁴. Dans ce cas, le commerce pratiqué entretient un rapport étroit avec la spécialisation principale : des maréchaux-ferrants comme Bertin en 1775, des serruriers ou des cordonniers comme Lambert et Husson en 1789, deviennent ainsi marchands de mercerie. Des aubergistes, accoutumés à recevoir les marchands, voire à entreposer les marchandises des marchands ambulants, peuvent aussi se lancer dans le commerce : on trouve ainsi en 1775 un aubergiste qui est en même temps négociant, et qui fait suite à un « marchand, aubergiste, charretier et fermier des dîmes » présent en 1737.

Comment expliquer cette démultiplication des activités ? Selon Pierre Gervais, qui a étudié le cas des marchands ruraux du nord-est des Etats-Unis à la toute fin du XVIIIe siècle, la précarité de la situation des marchands des campagnes leur impose un métier d'appoint¹⁸⁵. Dans le cas lorrain, il semblerait plutôt que le commerce en biens de consommation soit l'appoint d'autres activités. Relevons tout d'abord que les cotes d'imposition de ces types de marchands ne sont pas basses, et que l'on a donc affaire à des personnes relativement à l'aise : le maréchal-ferrant vendeur de mercerie paie deux fois la cote d'imposition moyenne (35 liv. l. 10 s. contre 15 liv. l. 15 s.), le cordonnier et le serrurier de 1789 sont également nettement au-dessus de la cote moyenne (respectivement 29 liv. l. 4 s. et 21 liv. l. 11 s. pour 15 liv. l. 15 s.). Il faut sans doute y voir la tentation opportuniste de vendre quelques marchandises en plus de son activité de base, en profitant de connaissances acquises dans certaines branches de la marchandise. Nul doute par exemple que les maréchaux-ferrants connaissaient les petits objets de métal aussi bien que des merciers-quincailliers : les connaissances acquises en matière de quincaillerie ou d'accessoires pour les souliers leur ont sans doute donné

¹⁸⁴ « Finalement, l'étude des doubles dénominations réduit l'obstacle épistémologique qui s'élevait devant l'exploitation des recensements professionnels et démontre que le hasard intervient bien rarement en ces jumelages (...) Toujours ou peu s'en faut la loi de l'association porte témoignage sur la société ou sur l'économie. Comment ne pas voir à travers notre petit microcosme lexicologique de 1792 se profiler trois silhouettes familières au XIXe siècle ? Le cabaretier frotté de colportage, débitant d'épicerie, de bois et de charbon, loueur de carriages ; puis l'ouvrier, jardinier à ses heures ; enfin le marchand diligent qui développe la gamme de ses produits. En termes économiques, c'est déjà le problème de l'intégration verticale et horizontale dans une société préindustrielle, mais la médiocrité des enjeux financiers ne peut pas dispenser d'un examen attentif ; ces agrégations professionnelles regagnent en effet par leur nombre l'importance qu'elles n'auraient pas, sitôt isolées en termes comptables », PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 252-253.

¹⁸⁵ Pierre GERVAIS, *Les origines de la Révolution industrielle aux Etats-Unis : entre économie marchande et capitalisme industriel 1800-1850*, Paris, Editions de l'EHESS, 2004, p. 148.

l'expertise nécessaire pour vendre aussi de menus objets. Par ailleurs, les fournitures destinées à leurs activités productives pouvaient aussi à l'occasion être excédentaires : vendre de la mercerie pouvait ainsi être un moyen de se débarrasser, à l'occasion, des surplus. Cela peut expliquer l'usage fréquent du qualificatif de « vendant mercerie », et non pas de « marchand » ou de « mercier », pour les qualifier¹⁸⁶.

Le laboureur pluriactif

Le troisième grand type de commerçant apparaissant dans les campagnes est le marchand-laboureur. Celui-ci est à l'origine un cultivateur de bonne envergure, vivant à l'aise de l'exploitation de ses terres et de la diversification de ses activités¹⁸⁷. Les cotes d'impositions de ces personnages sont souvent élevées, tant du fait de la possession – ou tout du moins, de la mise en valeur – de grandes quantités de terres, que de leur aisance, résultat de leurs spéculations diversifiées. C'est ainsi qu'à Coyviller en 1751, Clerval « laboureur, fermier, marchand-trafiquant, vigneron, cabaretier et fermier des dîmes » paie à lui seul 133 liv. l. 10 s. de subvention, soit le cinquième des sommes dues par la communauté ! Le rapport de ces marchands à la terre n'est cependant pas toujours clair. Il n'est pas évident qu'ils soient tous des cultivateurs : en effet, un certain nombre de ces marchands se contentent de « faire labourer » leurs terres, se consacrant donc préférentiellement aux activités commerciales. C'est le cas de Mangin à Affracourt en 1750, qui est « marchand, cabaretier » et « fait cultiver » ou de Besson à Benney, qui « fait labourer » tout en étant mercier. Tous ces marchands se désengageaient donc progressivement des activités agricoles, se contentant de percevoir des fermages. Imperceptiblement, ils glissaient donc vers la catégorie des brasseurs d'affaires.

La diversification des activités correspondait à une certaine logique fonctionnelle. En effet, les spécialisations partielles choisies étaient souvent contiguës, et se situaient dans le prolongement les unes des autres – comme du reste chez les marchands plus modestes. Aux labours étaient mêlés le commerce des grains, mais aussi souvent la ferme du moulin seigneurial ou des dîmes. Disposant de moyens de transports – qu'il s'agisse de cheptel vif ou de voitures -, ils étaient aussi fréquemment actifs comme voituriers. Mais au-delà de la sphère de la circulation des grains, ces laboureurs pluriactifs pouvaient également se tourner vers d'autres activités. Mettant sans doute à profit la taille de leurs logis, ou leur capacité à acquérir de grosses demeures, ils se faisaient à l'occasion aubergistes¹⁸⁸. A Tantonville en 1775, Lamboley était ainsi « aubergiste, commerçant en quelques marchandises, fermier des dîmes, fermier, faisant cultiver ». La participation à divers circuits commerciaux et les

¹⁸⁶ ROLAND de la PLATIERE, *Encyclopédie Méthodique*, t. II, p. 1 et 2. Pour la différence entre « marchand », « commerçant », « trafiquant » et « négociant », l'*Encyclopédie Méthodique* n'est pas très éclairante, et tend à en faire des quasi-synonymes ; le terme « commerçant » n'est pas donné comme substantif, celui de « négociant » n'est employé que dans son sens « classique » (celui de SAVARY : marchand de grande envergure, commerçant à une échelle interrégionale, par voie de terre ou de mer). « Partout et toujours, écrit Roland de la Platière dans l'*Encyclopédie Méthodique*, on confond le négociant et le marchand : il n'est pas jusqu'au porte-balle qui ne prenne le premier de ces titres, et à qui même ne le donne le marchand en boutique qui lui vend quelques assortiments »

¹⁸⁷ François MENANT et Jean-Pierre JESSENNE, « Introduction », in Id. (éd.), *Les élites rurales dans l'Europe médiévale et moderne*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2007 ; Jean-Pierre JESSENNE, « Usages, équivoques et pertinence de la 'bourgeoisie rurale' », in Id. (éd.), *Vers un ordre bourgeois ? Révolution française et changement social*, Rennes, Presses Universitaires, pp. 119-145.

¹⁸⁸ Daniel ROCHE, *Humeurs vagabondes. De la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*, Paris, Fayard, 2003, pp. 532-566. ; John A. CHARTRES, « Les hôtelleries en Angleterre », in *L'homme et la route en Europe occidentale au Moyen Âge et aux Temps modernes*, Auch, Comité départemental du tourisme du Gers, 1982 ; Anne RADEFF, « Le réseau des auberges vaudoises au XVIIIe siècle », *Revue d'histoire des pays de Vaud*, 1993, pp. 125-137.

relations étroites avec des milieux commerçants urbains leur permettait d'ailleurs aussi d'accéder aux circuits de diffusion des biens de consommation, et de se faire donc marchands généralistes ou merciers dans leur localité¹⁸⁹. Généralement qualifiés de « marchand » ou de « commerçant », il n'est pas aisé de savoir en quoi consistait au juste leur commerce. La palette des activités qu'ils pratiquaient laisse cependant deviner qu'ils étaient souvent commerçants en grains¹⁹⁰. On sait que les exportations lorraines consistaient pour une bonne part en produits de la terre : il se peut fort qu'elles soient pour une bonne part passées par ces « proto-capitalistes » ruraux, qui joignaient des activités commerciales à la mise en valeur de leurs terres.

Conclusion

L'analyse de la dotation commerciale des localités laisse apparaître le haut niveau de commercialisation des espaces lorrains à la fin du XVIII^e siècle. Les *ratios* marchands des villes et des bourgs sont ainsi du même ordre qu'en Angleterre à la même période, l'une des économies censément les plus commercialisées de l'époque, et sont nettement supérieurs à ceux de l'Europe centrale ou orientale. De la même manière, le nombre de marchands dans les campagnes est élevé, et les seuils d'apparition concordent avec ceux que l'on trouve dans une autre économie à la sphère marchande très développée, les Provinces-Unies : au seuil de 500 habitants, tous les villages étaient dotés de marchands, et plus des trois quarts au seuil de 300 habitants. La Lorraine, comme sans doute les provinces voisines, compterait ainsi parmi les contrées à fort développement de l'appareil commercial : on peut y voir le signe d'une forte participation des populations aux achats en boutique.

Sans grande surprise cependant, l'espace commercial lorrain était assez fortement hiérarchisé, un certain nombre de pôles assurant la coordination des échanges à une échelle régionale ou infrarégionale¹⁹¹. Cette fonction revenait aux marchands grossistes, présents dans une dizaine de localités de la province : si les plus importants résidaient à Nancy, et redistribuaient les marchandises qu'ils importaient à des commerçants de l'ensemble des Duchés et des espaces avoisinants, beaucoup de petites localités comptaient également de ces commerçants de gros, fournisseurs des marchands des bourgs et des villages. Les grands marchands nancéiens n'étaient donc pas dans une position hégémonique à l'échelle de la province, et se voyaient concurrencés par les grossistes – certes d'envergure moindre – de plus petites localités. Le rayonnement commercial des villes reposait également sur le commerce de détail, qui desservait certes les villages environnants, mais aussi dans le cas des spécialités les plus rares des espaces beaucoup plus larges¹⁹². Germain Empereur de Pont-à-Mousson est ainsi spécialisé dans les étoffes de bonne qualité et de qualité supérieure ; le fait qu'il réside dans une ville de résidence aristocratique, comptant beaucoup de couvents et une Université y est sans doute pour beaucoup. Il dessert une clientèle aisée de la ville et des campagnes environnantes, mais aussi des bourgs situés à une vingtaine de km de Pont-à-Mousson, fournissant des étoffes de qualité aux aristocrates, aux riches ecclésiastiques, aux

¹⁸⁹ C'est à ce type d'activités très diversifiées que se livrent les marchands étudiés par Christian KERVOËLEN (*Arraye-Chambille et Vergaville-Esteimbach. Deux villages lorrains dans la seconde moitié du XVIII^e siècle*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1986) : Hubert Hottelin de Vergaville dans les environs de Dieuze est ainsi « marchand, bonnetier, drapier, cabaretier, boulanger et commerçant » (p. 98).

¹⁹⁰ C'est d'autant plus plausible que ce type socioéconomique, très représenté dans les villages de la Plaine, du Saintois ou des environs de Nancy, est totalement absent de la Vôge ou de la Montagne : il est étroitement associés aux terroirs producteurs de céréales, et absent des zones de sols médiocres aux faibles rendements.

¹⁹¹ Marie-Andrée PROST, *La hiérarchie des villes en fonction de leurs activités de commerce et de services*, Paris, Gauthier-Villars, 1965.

¹⁹² BERRY, *Géographie des marchés*, pp. 32-52.

juges et aux notables de ces localités. Il se trouve justement que les localités les plus grandes étaient celles qui tendancielleme nt rassemblaient le plus de spécialités marchandes, en particulier les plus rares : leur taille leur donnait l'échelle suffisante pour que des commerçants vendeurs de produits rares puissent y prospérer. Il y a donc une large superposition entre la taille des localités et leur degré de rayonnement commercial.

L'essor et la spécialisation de la population marchande dans la Lorraine du XVIII^e siècle

« Nous ne disposons d'aucune source offrant, au point de départ, un tableau du capital marchand et de sa distribution, puis une image dynamique de ses modifications internes à travers le siècle. Aucun signe fiscal, en particulier, n'est attaché au profit effectif de chaque entreprise, ni même à son simple chiffre d'affaires. L'essor a-t-il eu lieu par la multiplication des initiatives ou par leur concentration ? Une hausse, une baisse, une stabilité des taux de profit ont-elles déplacé ou maintenu d'un secteur ou d'un type à l'autre des entreprises, la faveur du vieux « commerce », celle des hommes nouveaux ? Aucune réponse idéale (c'est-à-dire à la fois globale et analytique, continue et chiffrée) ne pourra être donnée à de semblables questions. Il serait inadmissible pourtant de les éluder. »¹⁹³

Le bon équipement commercial de la Lorraine à la fin du XVIII^e siècle est le signe d'une participation importante des populations à la consommation marchande. Cette modalité d'approvisionnement est selon toute vraisemblance en progrès au XVIII^e siècle : la circulation des marchandises augmente en effet sans doute de moitié entre les années 1730 et les années 1780. Un tel chiffre n'est cependant pas très parlant : il conviendrait de le relier à l'évolution de la richesse globale de la région. Il faudrait par ailleurs estimer l'évolution de la consommation par habitant, en tenant tout spécialement compte des différentiels sociaux et géographiques de participation à la consommation marchande. Il est bien évident qu'un tel questionnaire ne peut trouver de réponse satisfaisante à une période où les statistiques économiques globales sont rares. Cette difficulté peut cependant être contournée en étudiant l'évolution différentielle de l'appareil commercial au fil du siècle selon les territoires et les types de localités : combien de marchands retrouve-t-on et où ? L'appareil commercial se renforce-t-il au fil du siècle ? Quelles sont les spécialisations représentées et connaissent-elles une démultiplication ?

Cette analyse dynamique poursuit ce qui a été tenté dans le premier chapitre. Elle s'appuie sur les mêmes sources documentaires – notamment les rôles de la subvention - et sur la même démarche : sont étudiés les mêmes localités et les mêmes ensembles régionaux. Des études similaires, portant sur l'Angleterre, les Provinces-Unies et les Pays-Bas, nous permettent d'ores et déjà de poser un certain nombre d'hypothèses¹⁹⁴. Elles suggèrent :

- 1) que les appareils commerciaux des villes et des bourgs se sont densifiés ;
- 2) que dans les villes les branches de commerce se sont progressivement diversifiées ;
- 3) que l'équipement commercial des campagnes s'est renforcé, reflétant une intégration accrue des campagnes dans les circuits de consommation marchande.

¹⁹³ Pierre VILAR, *La Catalogne dans l'Espagne moderne*, Paris, SEVPEN, 1962, tome 3 : *La formation du capital commercial*, p. 139.

¹⁹⁴ Pour l'Angleterre, voir Hoh-cheung & Lorna H. MUI, *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, Routledge, Londres, 1989, pp. 29-45 ; pour les Provinces-Unies, voir : Danielle VAN DEN HEUVEL et Sheilagh OGILVIE, 'Retail Development in the Consumer Revolution: The Netherlands, c. 1670-c. 1815', *Explorations in Economic History*, 50, 2013, pp. 69-87.

Il convient pour mener cette étude d'être attentif à trois indicateurs significatifs. Le premier, employé dans le précédent chapitre, est le *ratio* marchand : une hausse de la dotation des localités en commerçants est un indice d'augmentation de la demande locale ou de la fonction de coordination commerciale. Pour être significatif de progrès des échanges commerciaux, ce *ratio* doit s'accompagner de la hausse de la cote moyenne des marchands dans les rôles de la subvention : dans la mesure où il s'agit d'un impôt sur les facultés, l'enrichissement relatif d'une catégorie sociale se traduit par l'accroissement relatif du niveau d'imposition de ses membres. L'accroissement nombre de spécialités marchandes représentées dans une localité est un indice supplémentaire des mutations de l'appareil commercial, qui s'efforce alors de répondre à la hausse de la demande locale en biens spécifiques.

En Lorraine, l'appareil commercial tend à se renforcer tout au long du XVIII^e siècle, même si dès les années 1720 villes et campagnes connaissent des niveaux d'équipement marchand élevés qui ne sont pas notablement dépassés en 1790 : on assiste donc plus à une consolidation qu'à une croissance franche. Les différentiels d'équipement commercial que l'on retrouve en début de siècle ne sont de cette manière pas annulés : la dotation marchande des bourgs et des campagnes reste sans surprise modeste à la fin du siècle par rapport à celle des villes. La participation des populations de la province à l'économie d'échange, et en particulier à l'achat de commodités, est en tout cas notable dès le début du siècle, et implique largement et précocement les espaces ruraux.

1. L'accroissement des échanges de marchandises au XVIII^e siècle

1.1. L'accroissement de la circulation des marchandises dans la province

Nancy est la seule localité de Lorraine centrale et méridionale pour laquelle nous disposons d'une série continue de données sur la circulation des marchandises autres qu'alimentaires. Seule la capitale ducale prélevait une « gabelle des marchands » sur les produits de mercerie : dans des localités aussi importantes que Lunéville, Remiremont ou Mirecourt, les ponctions sur la circulation des marchandises portaient uniquement sur les grains, les vins et eaux de vie et sur les bestiaux, la ville d'Epinal ne taxant quant à elle que les vins et autres boissons alcoolisées. L'évolution du montant de la « gabelle des marchands » au fil du siècle nous permet de prendre une première mesure de la circulation des marchandises dans l'espace lorrain central et méridional : la ville en était en effet le principal pôle commercial de la Lorraine, elle faisait fonction d'entrepôt pour la redistribution des marchandises dans la province, et les plus gros négociants des Duchés y résidaient. Pendant tout le XVIII^e siècle, les observateurs, arithméticiens politiques, calculateurs et faiseurs de projets s'accordaient ainsi à dire que la moitié des importations de la province étaient consommées ou transitaient par Nancy¹⁹⁵. Ces données d'octrois sont cependant d'interprétation ambiguë, ne serait-ce que parce qu'elles ne permettent pas de distinguer clairement les marchandises lorraines des marchandises étrangères.

1.1.1. L'utilisation des données des octrois

A Nancy, le prélèvement de base sur les entrées de marchandises dans la ville était le même depuis le XV^e siècle : la « gabelle des marchands » consistait en un droit *ad valorem*

¹⁹⁵ Les mémoires d'administrateurs ne manquent pas de le relever, et font ainsi du niveau des entrées des marchandises à Nancy un moyen d'évaluer l'ampleur du commerce de la province.

sur les produits passant les portes de la cité, montant au 96^e de la valeur des marchandises pour les Nancéiens (soit 1,04 %) et au 64^e pour les forains (soit 1,56 %) ¹⁹⁶. Tous ceux qui faisaient entrer des marchandises à Nancy « (étaient) tenus d'en faire déclaration aux portes de ladite ville, au commis qui y serait préposé, et ensuite de les faire décharger et déballer dans la douane, où les factures seraient représentées, et où le fermier pourrait tenir un autre commis. » ¹⁹⁷ Les marchandises concernées par ce droit étaient toutes celles qui n'étaient pas assujetties aux autres levées aux portes de la ville : les grains étaient ainsi soumis à la « gabelle des Grands Moulins », les poissons à la « gabelle de la marée » et les cuirs à la « gabelle des cuirs ». Dans l'ensemble, on peut donc considérer que ce droit touchait l'ensemble des produits de mercerie vendus par les marchands que nous étudions.

Dans le dernier tiers du XVIII^e siècle, la perception des droits sur les marchandises s'est compliquée, avec l'introduction de nouvelles impositions. Un arrêt du Conseil d'Etat du 27 février 1769 accorde ainsi à la ville de Nancy un supplément de quatre sous pour livre sur les octrois, ce qui correspond à une hausse de 20 % des sommes à percevoir. Cette mesure, censée être temporaire, fut prolongée par un arrêt du Conseil du 17 décembre 1776 et par les lettres patentes du 15 juillet 1778 ¹⁹⁸. En outre, par un édit d'août 1780, vint s'ajouter à ces levées une ponction exceptionnelle au profit du Roi de cinq sous pour livre en sus du montant des entrées. Dans tous les cas, le point de référence reste le 96^e denier : dans les adjudications de baux dont nous disposons, il est toujours possible d'isoler le « canon » de l'octroi qui lui correspond.

Les données des octrois posent des difficultés d'utilisation importantes. La première tient à son assiette. Comme les bourgeois de Nancy payaient un droit sur les entrées de marchandises dans la ville inférieure aux forains, la valeur du coefficient multiplicateur retenu pour passer du montant des baux à une estimation du niveau des entrées peut varier grandement selon l'origine des marchands faisant entrer les produits à Nancy. Il se trouve en fait, si l'on en croit le relevé des six premiers mois de 1726, que les marchands forains étaient très peu nombreux à introduire des marchandises à Nancy : les seuls à le faire étaient de petits marchands ambulants, dont les stocks étaient de peu de valeur face aux grands opérateurs nancéiens. Au demeurant, les marchands importants des autres villes, qui faisaient transiter leurs marchandises par Nancy étaient francs de droits, le transit n'étant pas soumis à la « gabelle des marchands » ¹⁹⁹. On peut donc considérer que l'écrasante majorité des marchandises qui entraient dans la ville était soumise au 96^e denier et à ses suppléments – et non à un droit majoré.

La deuxième difficulté est liée au mode de perception de la « gabelle des marchands ». Elle ne fut en effet perçue en régie par la municipalité qu'à la toute fin du XVIII^e siècle, étant affermée la plupart du temps à des groupes d'investisseurs locaux – ce qui du reste était la norme sous l'Ancien Régime. Il fallut des circonstances exceptionnelles pour faire renoncer le Corps de Ville à l'affermage à des sociétés de financiers : une première fois, dans les années 1720, un conflit éclata entre le corps des marchands et le fermier des droits d'entrée des marchandises, Jacques Huyn, lui-même commerçant. Ses collègues lui reprochaient notamment d'abuser de son droit de visite en demandant aux voituriers de faire ouvrir les ballots pour en vérifier la conformité avec les factures. Ils le suspectaient également, grâce à son droit d'inspection des factures, de s'informer des conditions d'achats de ses collègues :

¹⁹⁶ AM Nancy, CC 794

¹⁹⁷ AM Nancy, CC 794

¹⁹⁸ AM Nancy, CC 797 et CC 803

¹⁹⁹ Ce n'est qu'en 1769 que sera créé un droit de 15 sous sur les « balles et ballots de marchandises qui seront déchargés à la Douane, lequel droit consiste à 15 s. pour chaque balle ou ballot de marchandises, de quels lieux ils puissent provenir s'ils sont destinés pour cette ville ou ses faubourgs, lequel droit sera néanmoins réduit à 6 s. pour les ballots dont la valeur sera au-dessous de 100 liv. ».

cette entrave au « secret des affaires » entraînait à leurs yeux une concurrence déloyale. Le Corps de Ville finit par trancher en faveur des commerçants, et leur confia la gestion du droit entre 1726 et 1730, puis entre 1731 et 1738. Pour ces douze années, nous disposons donc du niveau réel des entrées dans la ville. Dans les années 1780, les droits d'entrée revinrent en régie : la compagnie de financiers qui avait affermé l'ensemble des droits en avril 1786 pour huit ans s'était en effet retirée de la perception dès la fin de l'année 1786, arguant du niveau trop élevé du canon des octrois – 320.000 liv. l.²⁰⁰ La compagnie ne disposant pas des ressources nécessaires à la bonne gestion de la ferme, ou bien ayant largement surévalué ses possibilités de gain, les octrois passèrent en régie municipale. Nous disposons ainsi d'un dossier d'enquête minutieux de la municipalité, qui nous fournit des indications précises sur le montant des collectes à la veille de la Révolution.

Mis à part ces deux épisodes, il n'existe pas de relevés annuels des entrées dans la ville, mais seulement de procès-verbaux d'adjudication de la ferme. On ne peut donc pas attendre de la reconstitution de la courbe du montant des baux au XVIII^e siècle des indications précises sur le niveau des entrées dans la ville de Nancy, mais bien plutôt une esquisse de leur évolution. C'est en réalité déjà beaucoup. Comme l'écrit Pierre Vilar, « au lieu d'un enregistrement mensuel ou annuel, portant sur des sommes effectivement relevées, les adjudications offrent un chiffre global, qui traduit (...) la prévision d'un groupe d'hommes d'affaires sur le rendement à attendre du droit dans les années à venir. Courbe-reflet plus que courbe-fait. Mais, en matière de conjoncture, quand le reflet de l'activité réelle sur la psychologie économique peut être chiffré par la concurrence, que souhaiter de plus significatif ? »²⁰¹ Dans le cas de Nancy, ces documents nous procurent donc des indications non négligeables sur la conjoncture économique et financière de la place.

Une fois admise l'idée que l'on ne pourra reconstituer que des tendances, il faut se donner les moyens de les interpréter. La principale difficulté est posée par l'incertitude quant à la destination finale des marchandises entrant dans la ville. La hausse des entrées à Nancy peut en effet aussi bien correspondre à un fort accroissement de la consommation locale et à une stagnation de la quantité de marchandises redistribuées par les commerçants locaux dans la province, qu'à une stagnation de la consommation locale couplée à une forte augmentation de la quantité de marchandises à destination des marchands d'autres localités. Nous avons cependant rappelé plus haut que Nancy conserva sa place de pôle de redistribution des marchandises dans la province jusqu'à la fin du XVIII^e siècle : la présence de riches marchands dans la ville dans les années 1780 témoigne du maintien de ce rôle de coordination régionale des échanges. Tout au long du siècle, la courbe dit donc quelque chose de l'évolution du commerce de la province. Il n'empêche qu'elle peut tendre, comme toutes les séries locales, à surévaluer les dynamiques spécifiques au lieu d'observation²⁰².

1.1.2. Une forte hausse des entrées de commodités à Nancy

Deux points de référence : les années 1720 et les années 1780

Pour les années 1720 et les années 1780, nous disposons de données solides sur les entrées de marchandises dans la ville. Il s'agit en effet de chiffres réels, et non d'extrapolations à partir du montant des baux. Les tableaux suivants synthétisent les données.

²⁰⁰ AM Nancy, CC 797.

²⁰¹ VILAR, *La Catalogne dans l'Espagne moderne*, tome 3, p. 17.

²⁰² PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 702-705.

Années	Montant des droits perçus en liv. l.	Estimation du niveau des entrées en liv. l.	Montant annuel moyen des entrées sur la période en liv. l.
1726	18 252	1 752 000	2 639 000
1727	28 307	2 717 000	
1728	32 729	3 142 000	
1729	30 679	2 945 000	
1732	36 442	3 498 000	
1733-1738	164 332	15 780 000	2 630 000

A la fin des années 1720 et au début des années 1730, on peut ainsi estimer le niveau annuel des entrées de marchandises à Nancy à 2,6 millions de liv. l. environ. Le chiffre est soumis à des variations annuelles importantes : le montant pour 1726 est assez faible, avec 1,74 million de liv. l. seulement, et fut alors considéré comme un étiage. Sur cette douzaine d'années, il semblerait que l'on puisse discerner une tendance à la hausse en valeur de la quantité de marchandises entrantes : il atteint son point le plus élevé en 1732 avec 3,5 millions de liv. l., et entre 1733 et 1738 la moyenne annuelle ne descend pas en-dessous de 2,6 millions de liv. l. - son niveau des années 1720 - malgré les combats de la Guerre de Succession de Pologne qui affectèrent les relations commerciales avec les espaces germaniques entre 1733 et 1735. Signe de la poussée de la circulation des marchandises dans la province, le produit du 96^e denier est nettement plus important à la fin du XVIII^e siècle.

Années	Montant des droits perçus en liv. l.	Sommes à défalquer pour calculer le montant du "96e denier" (en liv. l.)		Montant perçu au titre du "96e denier" en liv. l.	Estimation du niveau des entrées en liv. l.
		"Cinq sous pour livre" pour le Roi	"Quatre sous pour livre d'augmentation" au bénéfice de la Ville		
1787	83 859	20 942	10 486	52 431	5 033 000
1788	96 402	19 205	12 866	64 331	6 176 000
1789	106 610	21 248	14 227	71 135	6 829 000

Malgré des variations interannuelles assez fortes, il semble acceptable de retenir pour les années 1780 un montant moyen de 6 à 6,5 millions de liv. l. par an. C'est au demeurant le chiffre donné par le contrôleur des fermes à Nancy D'Auvergne en 1787 comme montant moyen pour la durée de l'exercice²⁰³. En valeur nominale, le montant des entrées de

²⁰³ AM Nancy, CC 796, 797, 803 + *Les intérêts de la Lorraine défendus contre ses marchands* (1787), p. 63 et 64 : « Si des 100.000 liv. (du bail des fermes de la ville de Nancy) on en ôte 20.000 selon l'idée commune pour les droits de 15 s. et 6 s. par ballot, et que l'on confonde le 60^e et 4 s. pour liv. des forains, qui se réduit presque à rien depuis que les marchands ont expulsé ces forains, les 80.000 liv. restantes étant le produit du 96^e et 4 s. pour

marchandises à Nancy aurait donc été multiplié par un peu moins de 2,5 en l'espace d'un demi-siècle. Vu l'importance du prix des grains pour la formation des revenus des paysans et le niveau des dépenses des populations non-autosuffisantes en blé, il n'est pas absurde de recourir au prix des céréales pour procéder à la déflation des prix des commodités.

Evolution du montant de l'entrée des marchandises en millions de liv. l.				
Années 1730	Années 1780 (hypothèse 1)		Années 1780 (hypothèse 2)	
	Montant	Coefficient multiplicateur	Montant	Coefficient multiplicateur
2,60	3,61	1,39	3,92	1,51

Entre les années 1730 et 1780, une hausse de 66 % du prix du blé est recevable²⁰⁴. En valeur déflatée, les entrées dans la ville à la fin du XVIII^e siècle monteraient ainsi à 3,6 ou 3,9 millions de liv. l. environ²⁰⁵. Cela correspond à une augmentation de 40 à 50 % environ des entrées dans la ville en l'espace d'un demi-siècle.

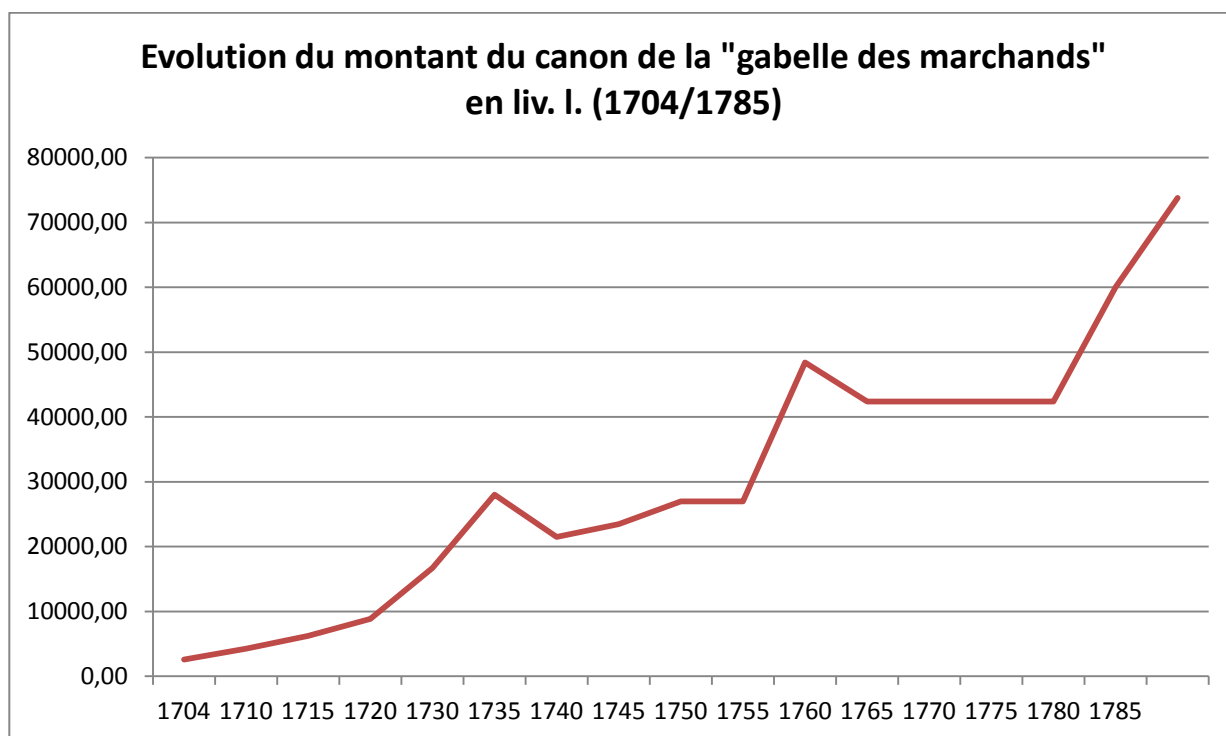
Trois poussées : années 1730, années 1750 et années 1780

Les comptes de la ville ainsi que les procès-verbaux des adjudications nous permettent de préciser les rythmes de progression du niveau des baux d'octrois. On relève trois périodes de très forte hausse de leur montant. La première se produit dans les années 1730, la deuxième dans les années 1750 et la dernière dans les années 1780. Les enchères étant à chaque fois disputées, on peut supposer que les financiers intervenant dans la gestion des fermes anticipaient une forte hausse du niveau des entrées dans la ville, sur la base de leurs observations des années écoulées. Ainsi, la montée brusque des baux à une date donnée traduit, transcrit et enregistre une poussée réelle dans la circulation des marchandises survenue dans les années précédentes. C'est d'autant plus net qu'une fois un palier franchi, les baux ne redescendent pas - ou seulement peu - en dessous du niveau atteint.

liv. c'est-à-dire du 85^e (*sic* : le résultat correct est le 80^e !) de la valeur des marchandises arrivant à Nancy pour y être débitées par les marchands, il faut conclure que la totalité de ces marchandises est d'environ 6,5 millions argent de Lorraine revenant à environ 5 millions cours du Royaume », n. a p. 63 et 64. (N.B. : l'approximation donnée est correcte malgré l'erreur de calcul du multiplicateur).

²⁰⁴ Nous renvoyons pour la méthodologie et les calculs à l'annexe concernant l'évolution des prix des produits.

²⁰⁵ L'hypothèse 1 correspond à des entrées de 6 millions de liv. l., l'hypothèse 2 à des entrées de 6,5 millions de liv.l.



Le montant des baux du « 96^e denier », qui comprend le « canon » - somme principale - et les « pots de vins », suppléments exigés par le Corps de Ville, a rapidement crû entre les années 1720 et les années 1770. Le montant total des baux passe ainsi de 17.500 liv. l. en 1725, ce qui correspondrait à des entrées de 1,7 million de liv. l. minimum, à 50.600 liv. l. en 1752, ce qui suppose des entrées annuelles de 4,9 millions de liv. l.

En 1752 cependant, la forte hausse du bail est immédiatement suivie d'une demande de diminution du canon de 6.000 liv. l. de la part des financiers ayant emporté l'adjudication : l'anticipation de l'accroissement des entrées était sans doute trop optimiste de la part des investisseurs. Le montant des baux connaît alors à partir de 1759 un long palier jusqu'en 1779, pour demeurer au niveau de 42.400 liv. l. de canon (soit avec les pots de vin 44.387 liv. l. 10 s., ce qui correspond à des entrées de 4,2 millions de liv. l.). Comment interpréter cette stagnation ? On peut y voir l'effet des difficultés du temps, en particulier des guerres qui perturbent le commerce de gros. Par son arrêt du 15 avril 1764, la Chambre de Ville décide en effet de maintenir le Sieur Oriot dans la jouissance des fermes, sur les mêmes conditions que précédemment, arguant que lui et ses associés - les frères Jean, Pierre et André Boisserand, marchands de Nancy - n'ont pu gérer avec profit la ferme durant les années de la Guerre de Sept Ans. A cause du conflit, il est possible que les entrées aient été inférieures aux attentes, ce qui expliquerait que le Corps de Ville ne sollicite pas de hausse du canon²⁰⁶. Les autorités municipales accordent donc une prorogation du bail de six ans aux mêmes conditions : « par

²⁰⁶ AM Nancy, CC 797 : « le sieur Oriot (...) avait été chargé de la régie de sa ferme et de la perception des droits dans ces temps de guerre plus longue et plus onéreuse qu'on n'avait pu le prévoir, ce qui diminuait beaucoup le nombre des habitants et des consommations dans la ville de Nancy, les uns obligés de suivre l'armée par leur état, les autres forcés de diminuer leur dépense pour soutenir leurs enfants ou leurs parents au service, ce qui joint à la diminution de l'agriculture qui en faisait une proportionnelle dans les revenus des personnes les plus opulentes, causait une grande diminution et une perte notable au commerce, qui amoindissait d'autant le droit d'entrée sur les marchandises. Il est donc très probable que les fermiers de ce droit se sont trouvés en perte pendant toute la durée du bail, qui doit expirer à la fin de la présente année (1764). »

justice parce qu'il est de l'intérêt de la ville de ne confier ses fermes qu'à des gens solvables instruits des droits de la ville, exacts aux paiements et qui ne vexent point ceux qui sont sujets aux droits. »²⁰⁷. Leur successeur Rousseau, à qui la gabelle des marchands est adjudgée le 13 août 1769 doit verser jusqu'en décembre 1779 un canon d'un montant équivalent²⁰⁸. Notons cependant que dans les années 1750, 1760 et 1770 les baux se maintiennent à un niveau élevé. Rousseau n'ayant pas sollicité de diminution de son canon, il se peut donc qu'il ait réalisé de bonnes affaires lors de sa gestion : le niveau annuel des entrées est donc vraisemblablement bien supérieur à 4,2 millions de liv. l.

La lisibilité de l'adjudication effectuée en 1779 est plus faible. Sont en effet conjoints, faute de preneurs individuels, la gabelle des marchands - à laquelle s'ajoute un supplément de quatre sous pour livre au bénéfice de la ville -, un droit nouveau de 15 sous par ballot entrant dans la ville ou y passant en transit, ainsi que la ferme de la marée et du lard. Les enchères finissent par monter assez haut, dans la mesure où l'ensemble de ces droits est adjudgé le 7 novembre 1779, hors pots de vin, à Claude-François Chapuis pour 75.200 liv. l. Quelle idée peut-on se faire de cette somme, nettement plus élevée que les 42.400 liv. de la dernière adjudication du 96^e denier ? Notons d'abord que la progression n'est vraisemblablement pas due à l'adjonction des deux fermes de la marée et du lard, qui ne rapportaient à la ville que 400 liv. à elles deux dans les années 1770. Les 15 sous par ballot ne rapportent quant à eux que 10.000 liv. l. par an, si l'on en croit le représentant de la Fermé Générale à Nancy D'Auvergne. Le canon des entrées des marchandises en 1779 est donc compté pour 60.000 liv. au moins, hors francs-vins, mais 4 sous pour livre inclus. Cela correspond donc à un canon annuel du 96^e denier de 50.000 liv. l. au moins, soit 52.340 liv. l. avec les pots de vin. On peut donc considérer que Chapuis et ses associés comptaient sur des entrées annuelles de 5 millions de liv. l. au minimum pour rentrer dans leurs frais. Cette forte hausse du montant du bail traduit donc l'accroissement de l'entrée des marchandises dans la ville dans la décennie précédente, qui laissait espérer la poursuite de l'augmentation les années suivantes. De fait, cette anticipation d'au moins 5 millions de liv. l. d'entrées dans la ville est largement inférieure aux chiffres de la fin des années 1780.

Quelle signification donner au mouvement de l'entrée des marchandises ?

La hausse de l'entrée des marchandises dans la ville peut s'expliquer :

- 1) par la hausse de la population de Nancy qui entraînerait mécaniquement, à niveau de consommation individuelle égal, une hausse de la consommation globale ;
- 2) par l'accroissement de la consommation locale de commodités par tête ;
- 3) par le renforcement de la fonction de redistribution des marchandises dans la province.

En réalité, la quantité de marchandises par habitant entrant dans la ville entre les années 1730 et les années 1790 est stable, et connaît peut-être même une légère diminution²⁰⁹.

²⁰⁷ AM Nancy, CC 797

²⁰⁸ AM Nancy, CC 797

²⁰⁹ Pour la population des années 1730, nous avons repris les données des recensements de 1733 et de 1738 ; pour les années 1780, nous avons simplement calculé la moyenne des deux chiffres à notre disposition, les recensements de 1779 et de 1793. Les plus anciens de ces chiffres nous sont fournis par Durival (*Description de la Lorraine et du Barrois*, 1778, tome 2, pp. 5-6) ; pour 1793, nous reprenons les données révolutionnaires compilées par l'EHESS (base Cassini). Pour l'évolution des entrées de marchandises dans la ville, nous avons calculé une moyenne annuelle à partir de nos chiffres pour les années 1726/1738 ; pour la fin du siècle, nous avons repris le chiffre de 6,5 millions de liv. l. d'entrées dans la ville de Nancy cité par D'Auvergne, qui nous semble recevable. Nous lui avons affecté un coefficient de déflation de 1,66 pour tenir compte de l'inflation.

Entrées de marchandises par habitant	Population de Nancy	Entrées de marchandises en millions de liv. l.	Montant des entrées par habitant en liv. l.
Années 1730	19 700	2,60	132,3
Années 1780 (hypothèse 1)	29 300	3,61	123,9
Années 1780 (hypothèse 2)	29 300	3,92	134,5

L'interprétation de ces résultats est délicate, puisque on ignore la part respective des marchandises consommées dans la ville et de celles réexportées par les grossistes. On peut cependant formuler deux hypothèses non exclusives l'une de l'autre. La hausse de la population nancéienne entre les années 1730 et la Révolution a été de 48 %, ce qui est nettement plus élevé que la croissance urbaine française au XVIII^e siècle. Cette poussée démographique s'est vraisemblablement traduite par l'accroissement numérique du prolétariat et du sous-prolétariat urbain, les branches de production de la ville ne s'étant pas suffisamment développées pour absorber cette main-d'œuvre supplémentaire issue de l'exode rural – en témoignent les plaintes des administrateurs sur le paupérisme massif qui affecte la ville à la fin du siècle²¹⁰. L'extension des classes populaires, à niveau de consommation faible, tirerait en somme le niveau moyen de consommation par habitant vers le bas. Il se peut également que la fonction de coordination commerciale exercée par les grossistes de Nancy voie son poids dans la province reculer, d'autres pôles commerciaux étant en mesure d'assurer un haut niveau d'importation et la diffusion des marchandises. Outre que cet affaiblissement de la position commerciale de Nancy à la fin du siècle est noté par divers observateurs, cela serait cohérent avec le nombre important de petites villes dotées de marchands en gros en 1790.

En définitive, et sans chercher à trancher entre ces deux hypothèses, si les quantités de marchandises arrivant à Nancy croissent de moitié en valeur absolue entre les années 1730 et la Révolution, la poussée n'est pas considérable une fois rapportée au mouvement de la population. Ainsi, si les échanges dans la Lorraine du XVIII^e siècle connaissent une progression indéniable, l'ampleur de la croissance est probablement à nuancer, comme nous y incite du reste l'étude des importations.

1.2. Les indices d'une hausse de l'offre disponible dans la province

La hausse des entrées de marchandises à Nancy est un signe de l'accroissement de la circulation des commodités dans tout l'espace lorrain. Il est corroboré par d'autres données, tirées notamment des synthèses des statistiques douanières rédigées par des administrateurs lorrains ou français. Les quelques données chiffrées dont nous disposons, qu'il s'agisse d'évaluations du montant des importations, de recensements du nombre de lieux de production ou des quantités de marchandises produites, concordent pour suggérer une hausse de la quantité de biens disponibles dans la province.

1.2.1. La poussée des importations entre 1730 et 1780

²¹⁰ René TAVENEAUX (dir.), *Histoire de Nancy*, Toulouse, Privat, 1978, pp. 280-282.

Le volume général des importations est au cœur des polémiques douanières de la seconde moitié du XVIII^e siècle sur le « reculement des barrières »²¹¹. Nous pouvons pour l'étudier nous appuyer sur les quelques éléments de statistique commerciale dont nous disposons pour les années 1740, que nous allons croiser avec les éléments les moins contestables avancés par les pamphlets des partisans et adversaires du reculement. En cohérence avec nos observations sur les entrées de marchandises à Nancy, il semblerait que l'on puisse accepter l'idée d'une forte progression de la quantité de marchandises importées entre les années 1730 et les années 1780 – en l'occurrence une hausse de 70 à 80 %.

Années 1730 et 1740

Les Duchés étaient un espace importateur net de produits manufacturés et de produits coloniaux, et exportateur net de produits agricoles et des forges, qu'il s'agisse de produits bruts ou de produits intermédiaires. Parmi les importations, c'étaient les textiles qui prédominaient : les étoffes représentaient à elles seules au moins 56 % des importations en valeur. L'épicerie, la droguerie et les denrées coloniales en représentaient quant à elles 23,9 % - signe d'un haut niveau de consommation de ces marchandises dans la province et sans doute aussi d'une importante réexportation.

²¹¹ Les Fermiers Généraux souhaitaient faire coïncider les frontières politique et douanière du Royaume, les provinces du nord-est étant « réputées étrangères » du point de vue commercial. Sur ces débats, voir : John F. BOSHER *The Single Duty Project. A Study of the Movement for a French Customs Union in the 18th Century*, Londres, University of London/Athlone Press, 1964 ; Julien VILLAIN, « Privilèges douaniers et profits marchands. Le cas de la Lorraine et des Trois-Evêchés, provinces de 'l'étranger effectif' 1718-1791 », dans *Die Ökonomie des Privilegs. Westeuropa 16.-19. Jh./L'économie du privilège, Europe occidentale XVIe-XIXe siècles*, Francfort-sur-le-Main, Vittorio Klostermann, à paraître en 2016.

Importations en Lorraine en 1746	Montant en liv. l.	Part en %
Etoffes de soie	418 000	8,7
Draperies grosses et menues	723 500	15,0
Etoffes de laine de qualité moyenne ou médiocre	185 500	3,8
Indiennes	1 030 000	21,3
Toiles	347 000	7,2
Gallons d'or et d'argent et étoffes riches	60 000	1,2
Bonneterie	64 000	1,3
"Modes de Paris, rubans et autres merceries et quincailleries"	250 000	5,2
Drogueries et épiceries	202 500	4,2
Huiles et savons	370 000	7,7
Café, amandes et autres fruits	78 000	1,6
Sucres	310 000	6,4
Cires	75 000	1,6
Poissons secs et salés	120 000	2,5
Eaux de vie et vins	100 000	2,1
Laines d'Espagne	5 000	0,1
Cuir et pelleteries	100 000	2,1
Fers et fontes	100 000	2,1
Acier, plomb et étain	85 000	1,8
Dinanderie et cuivres en feuilles	120 000	2,5
Faux, fers blancs et fils de laiton	60 000	1,2
Livres et papiers fins	25 000	0,5
Ensemble	4 828 500	100,0

La ventilation des textiles fait apparaître en particulier un certain nombre de gros pôles : les étoffes de qualité supérieure comme les soieries – ce qui s’explique par le haut prix de ces marchandises -, mais aussi les étoffes de laine de qualité moyenne et médiocre, destinées sans doute à un large public de consommateurs, ainsi enfin que les cotonnades. Les accessoires de vêtement occupent également une place importante, en particulier ceux de mode comme la passementerie. Cela reflète la vigueur des marchés de consommation en étoffes et accessoires de parure, en particulier dans les catégories les plus aisées. Cela trahit également la faiblesse voire l’inexistence des manufactures lorraines dans les domaines du luxe et du demi-luxe. L’importance des cotonnades, en particulier des indiennes, dans les importations, s’explique quant à elle tout à la fois le succès de ces produits parmi les consommateurs de la province et le rôle de la Lorraine dans le commerce de contrebande à destination de la France. A l’inverse, les chiffres relativement modérés d’importation de lainages de qualité moyenne ou médiocre témoignent de l’existence sur place de fabriques susceptibles de répondre partiellement aux besoins des consommateurs.

Evaluation pour les années 1780

On ne dispose pas d'évaluations par les administrateurs ou la Ferme Générale du montant des entrées des marchandises dans la province pour la fin du XVIII^e siècle – ce qui est quelque peu paradoxal, étant donnée la vigueur des débats sur le « reculement des barrières » douanières à partir des années 1760. Les seules évaluations disponibles sont le fait d'arithméticiens politiques de rencontre, pamphlétaires à la solde de l'administration des fermes, des manufacturiers ou des grands négociants de la province. En effet, un grand débat dans l'opinion publique lorraine à la fin du XVIII^e siècle porte sur l'intérêt ou le désavantage qu'aurait la province à voir ses barrières douanières repoussées, pour coïncider avec les frontières politiques. Pour ses partisans, le reculement permettrait grâce à l'accès au marché français le développement des manufactures, présentées assez complaisamment comme rabougries et peu exportatrices. Ils accusent dans le même temps les grands marchands de la province de défendre le *statu quo* douanier en vue de préserver leurs gains dans le commerce d'importation et de réexportation. Leurs adversaires, derrière lesquels se dissimulent la plupart des grands négociants de la province, considèrent quant à eux que la situation « d'étranger effectif » et la faiblesse des droits de douane garantissent le bon marché des marchandises, la prospérité du commerce d'exportation et du transit permettant par ailleurs selon eux des flux entrants de numéraire dont profiterait toute la province.

Cette bataille de chiffres porte tout particulièrement sur le niveau des importations et des réexportations. Les débatteurs introduisent tous une distinction entre le commerce d'importation destiné à la réexportation (ils parlent de « négoce d'entrepôt ») et celui destiné à la consommation finale dans la province (dit « négoce de consommation »). De manière assez significative, le débat concerne davantage le niveau du premier, que les grands marchands tendent à gonfler jusqu'à la caricature, que celui du second²¹². Les protagonistes s'entendent tous globalement sur le niveau du commerce de consommation de la province. Les marchands de Nancy ainsi que Roederer considèrent que pour cette branche du commerce les entrées de marchandises en provenance de France montent à 4 millions de liv. t. environ, et que les marchandises en provenance « de l'étranger », c'est-à-dire du Saint-Empire, de Suisse et des Provinces-Unies attendrait un niveau comparable²¹³. L'auteur anonyme des *Premières idées sur le tarif*, datant de 1778, hostile au reculement des barrières, estimait quant à lui les entrées en Lorraine à 10 millions de liv. t. au moins, considérant que près du quart de cette somme est destiné à la réexportation – ce qui donnerait là aussi autour de 7,5 à 8 millions de marchandises destinées à la satisfaction de la consommation dans la province²¹⁴. Un adversaire résolu de la position des marchands, le directeur des fermes à Nancy D'Auvergne, semble admettre des chiffres similaires : il parle de « 4 à 5 millions de marchandises communes d'industrie étrangère », les quantités des mêmes produits en provenance de France semblant être d'un niveau équivalent²¹⁵. D'Auvergne ajoute aux importations étrangères en provenance de Hollande et de l'Empire les achats de « café, sucre, soieries, draperies fines,

²¹² D'AUVERGNE, *Les intérêts de la Lorraine défendus contre ses marchands* (1787), p. 68, note 1 : « Trois cents voitures traversant chaque année, des Pays-Bas et de l'Allemagne en Suisse et en Alsace, 300 autres traversant de la Suisse et de l'Alsace aux Pays-Bas ; 600 voitures en tout, portant 80 quintaux chacune, voilà sans crainte d'erreur grave la quotité du transit actuel. Le port du quintal est de 3 liv. 10 s., dont le voiturier dépense en Lorraine 2 liv. 10 s. : c'est par chaque voiture 200 liv. de bénéfice pour la province ; et pour 600 voitures 120.000 liv., et il y en a en sus 30.000 au plus pour les commissionnaires. Voilà ce qu'il faut penser sur ce transit, dont les marchands ont répandu le bruit d'un bénéfice de 5 à 6 millions qui serait perdu pour la province ».

²¹³ ROEDERER, *Questions proposées par la commission intermédiaire de l'Assemblée Provinciale de Lorraine concernant le reculement des barrières, et observations pour servir de réponse à ces questions*, p. 46.

²¹⁴ *Premières idées sur le tarif*, p. 10 à 17.

²¹⁵ D'AUVERGNE, *Ibid.*, p. 66 ; PRUGNON, *Aperçu des motifs qui s'opposent à ce que les Duchés de Lorraine et de Bar soient compris dans le projet de reculement des barrières*, p. 91.

huiles, vins fins, mousselines, étoffes des Indes et bijouteries », commerce qui selon lui « ne peut être apprécié plus de 3 millions »²¹⁶. Quoiqu'il en soit, ses estimations portent les importations dans la province à une fourchette comprise entre 10 et 13 millions de liv. t. – sachant qu'il ne distingue pas ce qui est destiné au commerce de réexportation et ce qui reste pour la consommation sur place. Il est donc raisonnable de tabler sur des importations de l'ordre de 10 à 12 millions de liv. t. pour les Duchés vers 1780, dont la moitié en provenance de France et la moitié de l'étranger.

Synthèse

Dans l'ensemble, on peut considérer que les entrées de marchandises dans les Duchés passent de 3,5 à 4 millions de liv. t. dans les années 1740 à 10 à 12 millions de liv. t. à la veille de la Révolution. Si l'on corrige les montants des années 1780 de l'inflation survenue depuis les années 1740, de l'ordre de 66 %, la hausse des importations dans la province est de 70 à 80 %.

Niveau des importations	Montant des importations en millions de liv. t.		Montant par habitant en liv. t.
	Fourchette basse	Fourchette haute	
Années 1740	3,5	4,0	5,8 à 6,25
Années 1780	6,02	7,23	8,4

Ce fort taux de croissance des importations, supérieur à celui des entrées à Nancy, vient renforcer l'hypothèse d'un affaiblissement de la position relative de la ville dans le commerce de gros de la province. Si le commerce d'importation lorrain est indéniablement dynamique, et semble bénéficier à plusieurs petits pôles, son importance doit être nuancée. Les enquêtes de population accordant 790.000 habitants aux Duchés dans les années 1780, les importations s'élèvent donc à 8,4 liv. t. par habitant, contre 5 à 6 liv. t. dans les années 1740. Bien que la progression soit importante, les montants atteints à la fin du siècle correspondent en fait seulement au prix de quatre aunes de petites étoffes par habitant²¹⁷.

On ne peut malheureusement guère en dire davantage. Il faudrait tout d'abord pouvoir tenir compte du niveau des réexportations. Les chiffres très parcellaires et soumis à caution avancés pour les années 1740 et la fin du siècle suggèrent un maintien des proportions, un quart des importations étant destiné à la revente hors de la province. Au demeurant, on sait qu'une des branches principales du commerce de réexportation était la contrebande, très active avant 1759 et la suppression de la prohibition de la consommation, de l'importation et de la production de cotonnades dans le Royaume. Même en supposant que quelques années aient été nécessaires pour établir des fabriques d'indiennes en France, ce qui a pu maintenir provisoirement en vie les filières d'exportations de cotonnades depuis la Lorraine, il ne fait pas de doute que cette branche du commerce a périclité dans le dernier tiers du siècle. La part des importations destinées à la réexportation n'a donc selon toute vraisemblance pas considérablement crû après 1760. On peut donc bel et bien admettre que la hausse en valeur

²¹⁶ D'Auvergne, *Ibid.*, p. 17.

²¹⁷ Voir annexe V : un accroissement de la population lorraine de 20 % entre les années 1740 et les années 1780 est plausible.

de la quantité de biens importés dans la province s'explique par une hausse de la consommation finale.

L'autre grand problème posé par ces données est qu'à la différence des relevés pour les années 1730 et 1740, les descriptions des importations pour les années 1780 sont très impressionnistes. On ne saurait donc rien dire des réorientations entre catégories de produits : le doublement des importations vaut-il pour chaque type de marchandises ? Voit-on au contraire des évolutions différenciées entre les importations de denrées coloniales, d'étoffes de qualités diverses ou encore d'accessoires ? On ne peut savoir à ce stade de l'analyse à qui imputer cette hausse des importations : a-t-on affaire à une hausse de la consommation somptuaire des élites, à la diversification des consommations des bourgeoisies urbaines et rurales, à l'extension de la consommation de certains produits à toutes les couches de la société ? Une poussée des étoffes de qualité supérieure comme les soieries n'a en effet pas la même signification économique et sociale que la hausse des étoffes de qualité moyenne ou inférieure, ou même que la hausse des importations de denrées coloniales. Le développement des manufactures à l'œuvre entre les années 1720 et les années 1780 laisse toutefois présumer, tant pour les étoffes que pour la mercerie, un accroissement de la production de biens de consommation courante destinés, par leur coût modeste, à un large public.

1.2.2. *L'essor des fabriques de biens de consommation (1700/1790)*

La hausse des importations s'accompagne vraisemblablement d'une augmentation séculaire de la production de biens de consommation dans la province. Il est malheureusement impossible de déterminer les quantités de marchandises produites - sauf pour l'extrême fin du siècle grâce aux données des enquêtes de Lazowski et de Dietrich²¹⁸. Les informations disponibles pour les décennies précédentes sont en effet bien plus ténues, notamment en ce qui concerne les chiffres de production. Ne pouvant réfléchir à partir de données quantitatives solides à l'échelle du siècle, nous nous sommes résolus à étudier la cartographie des implantations productives. Nous considérons en effet que les reconfigurations des territoires productifs - apparition de nouvelles implantations, renforcement des anciennes, diversification des productions et des branches productives - donnent un aperçu globalement satisfaisant de l'évolution de la production. La Lorraine connaît ainsi pendant tout le XVIIIe siècle un triple phénomène de consolidation des lieux de fabrique les plus anciens, d'accroissement du nombre de lieux de production manufacturière, et de diversification des types de marchandises produites. A partir des données des tableaux des productions de la province que nous fournissent Desmarests de Vaubourg en 1697 et Bugnon en 1706, de la polémique douanière des années 1760 ainsi que des descriptions de Durival dans les années 1750 et 1770, il nous est possible de retracer l'évolution des implantations productives au fil du siècle. Nous complétons ces données par deux enquêtes substantielles sur la production manufacturière dans la Lorraine du XVIIIe siècle menées par Henri Lepage et Pierre Boyé - qui nous permettront de préciser la conjoncture des créations d'implantations manufacturières²¹⁹.

Le trait le plus marquant de l'histoire de l'industrie lorraine au XVIIIe siècle, outre l'essor de la sidérurgie, est le fort développement de la production de commodités de qualité

²¹⁸ Baron de DIETRICH, *Description des gîtes de minerai, forges, salines, verreries, tréfileries, fabriques de fer blanc, porcelaine, faïence, etc. de la Lorraine méridionale*, Paris, Didot jeune, An VIII. On pourra les compléter par quelques mémoires de la période révolutionnaire, notamment : DESGOUTTES, *Tableau statistique du département des Vosges*, Paris, an X.

²¹⁹ Henri LEPAGE, *Recherches sur l'industrie en Lorraine*, Nancy, Mémoires de la Société des Sciences, Lettres et Arts de Nancy, 1850 ; Pierre BOYE, *La Lorraine industrielle sous le règne nominal de Stanislas (1737-1766)*, Nancy, Sidot frères, 1900.

moyenne destinées à un large public de consommateurs - notamment d'étoffes, d'accessoires de parures et d'équipements intérieurs. On peut distinguer les fabriques selon la qualité des produits et leur destination. Les productions de luxe se distinguent par leur haut prix, et sont destinées à satisfaire des besoins de prestige et d'ostentation ; elles sont réservées aux populations les plus aisées, et s'intègrent dans les modèles de consommation des élites sociales (nobles, notables). A l'inverse, d'autres marchandises sont d'usage très courant, qu'il s'agisse d'étoffes communes ou de biens d'équipement ; elles sont de bas prix, et de qualité moyenne ou médiocre : sans que les autres catégories sociales les dédaignent, elles sont largement ouvertes à une clientèle populaire. Enfin, entre ces deux types de biens, se situent des marchandises de qualité intermédiaire, plus élaborées, plus fines et mieux finies que celles d'équipement courant : dans le cas des étoffes, elles constituent pour les classes populaires ou la petite bourgeoisie un premier échelon dans l'ostentation²²⁰.

La permanence des territoires productifs

Les mémoires de Vaubourg et de Bugnon insistent tous deux sur la faiblesse des manufactures de la province vers 1700, à l'exception de la production des toiles. Il s'agit surtout selon Vaubourg de « toiles de ménage, toiles d'étoupes, treillis et autres » destinées à une consommation locale, en particulier celle « des garnisons, des hôpitaux et du menu peuple ». A en croire l'enquête de Lazowski de 1785, cette branche de production est toujours de très loin la plus importante des espaces lorrains : au cours du XVIIIe siècle, elle semble même avoir crû au-delà des besoins des habitants de la province²²¹. Selon l'inspecteur des manufactures, « l'on peut sans exagération porter cette fabrication annuellement à 200.000 pièces, chacune de 50 aunes de longueur réduite, et au prix de 1 liv. 6 s. l'aune ; en tout 13.000.000 liv. »²²² La grande stabilité des espaces de la production toilière tout au long du siècle est frappante. Les principaux pôles, dont l'envergure dépasse la satisfaction des seuls besoins locaux, sont les environs de Nancy, la ville de Saint-Nicolas-de-Port, la moyenne montagne vosgienne – notamment autour d'Arches et des blanchisseries de Châtel-sur-Moselle -, le Barrois enfin dans les environs du bourg de Rembercourt-aux-Pots.

Encore à la fin du XVIIIe siècle, la Lorraine n'est pas une région de forte production lainière : la production par habitant, si l'on en croit les travaux de Markovitch, y est en valeur 2,5 à trois fois inférieure au reste du territoire français²²³. Vaubourg, à la fin du XVIIe siècle, souligne quant à lui que « les manufactures de draperie sont si peu considérables qu'à peine les connaît-on » - manière sans doute pour lui de signaler que l'exportation de ces marchandises est limitée à la satisfaction des besoins locaux. On ne peut pour autant parler de

²²⁰ La question de la hiérarchie qualitative des produits a principalement été posée à propos des étoffes. Voir à ce propos : Jean-Yves GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime : un monde de l'échange et de l'incertitude*, Paris, Albin Michel, 1996 ; Alessandro STANZIANI (dir.), *La qualité des produits en France (XVIIIe-XXe siècles)*, Paris, Belin, 2003 (en particulier les articles de Jean-Yves GRENIER, « Une économie de l'identification. Juste prix et ordre des marchandises dans l'Ancien Régime », pp. 25-53 et de Philippe MINARD, « Réputation, normes et qualité dans l'industrie textile française au XVIIIe siècle », pp. 69-89).

²²¹ Henri ROY, « Les toiles lorraines au XVIIe siècle », *Mémoires de l'Académie de Stanislas*, 1918-1919, pp. 145-157.

²²² *Journal de tournée de Lazowski, inspecteur ambulant des manufactures, dans les provinces d'Alsace, de Lorraine et des Trois-Evêchés (1785)*, Epinal, Imprimerie Vosgienne, 1926, p. 72.

²²³ Tihomir J. MARKOVITCH, *Histoire des industries françaises. Les industries françaises de Colbert à la Révolution*, Paris/Genève, Droz, 1976, p. 495. La production reste cependant d'un niveau faible à l'échelle de la France, puisque le produit n'est que de 1,3 liv. t. par habitant en l'An III pour les départements lorrains. Si l'on s'appuie sur les chiffres de Lazowski pour 1785, plus généreux, on obtient respectivement pour Evêchés et Duchés 2,3 et 1,9 liv. t., ce qui place l'espace lorrain toujours 2,5 à 3 fois en-dessous de la moyenne nationale calculée par Markovitch (6,7 liv. t. par habitant). En matière d'aunage, on atteint pour l'An III 0,28 aune² par habitant, soit 4,5 fois moins que la moyenne nationale.

désert manufacturier : dès le début du siècle, on trouve un certain nombre de petits espaces productifs dédiés à la production d'étoffes de qualité moyenne, distribuées dans l'ensemble des espaces lorrains. C'est dans une large mesure autour d'eux que les pôles et territoires productifs de la fin du XVIIIe siècle ont pu se développer. En Lorraine ducale, Lazowski mentionne ainsi plusieurs centres de production importants comme Sainte-Marie-aux-Mines, La Grandville et Pierrepont (dans les environs de Briey), Nancy, Saint-Mihiel et Lunéville. Mis à part cette dernière localité, tous ces pôles de production sont en place dès le début du XVIIIe siècle. Parmi les pôles les plus importants signalés par Bugnon, seule la fabrique de draps et d'étamette de Saint-Nicolas-de-Port a disparu, de même que quelques petits espaces productifs mineurs autour de Nomeny, Rembercourt-aux-Pots dans le Barrois, Saint-Dié dans les Vosges ou les fabriques de serges de Rosières-aux-Salines, Vézelize et Mattaincourt.

La même stabilité se retrouve dans la production d'accessoires de vêtement et de parure. Malgré la modestie et le caractère peu concentré de la production, « peu considérable et répandu(e) en différents endroits du pays » selon Vaubourg, on note dès le début de la période l'existence d'une production de bas et de bonneterie²²⁴. La progression des quantités produites est très importante au cours du siècle, si l'on en croit Lazowski, mais les grandes zones de production restent là encore les mêmes, Sainte-Marie-aux-Mines et ses environs restant un pôle productif de première importance à l'échelle régionale. La seule branche de production d'accessoires destinée à l'exportation au XVIIIe siècle est la dentelle grossière que l'on fabrique à Mirecourt, Vézelize, Neufchâteau « et dans les villages circonvoisins ». Cette production s'est non seulement maintenue, mais encore développée au XVIIIe siècle, assurant dans les années 1780 l'aisance de nombreux marchands mirecurtiens et donnant de l'emploi aux femmes d'environ 80 villages des alentours²²⁵ - alors qu'à la fin du XVIIe siècle selon Vaubourg ces fabriques « ont un débit principalement en Espagne, et c'est la plus considérable manufacture de Lorraine », trop modeste cependant pour assurer la fortune des marchands qui mènent ce commerce, « qui ne paraissent pas encore puissants ni riches »²²⁶.

La production de verre est très ancienne en Lorraine, qu'il soit de qualité ou destiné à la consommation courante sous forme de gobelets ou de verres de table²²⁷. Le premier tiers du XVIIIe siècle voit le rétablissement des verreries après leur destruction au XVIIe siècle et l'installation de faïenceries. A la faveur de la présence de forêts importantes et de sols siliceux, la verrerie et la faïencerie ont pu se développer, en particulier à proximité de grands massifs forestiers comme dans la Vôge ou dans le bassin de la Sarre. Bugnon signale ainsi la présence de plusieurs verreries dès le début du XVIIIe siècle, en particulier dans les Vosges : cinq près de Dompain, deux près de Darney, deux près de Lamarche ; la seule exception plus septentrionale est celle de Bouzonville en Lorraine allemande²²⁸. Ces espaces d'implantation sont les mêmes à la fin du XVIIIe siècle, malgré l'accroissement du nombre d'unités de production.

Les principaux espaces productifs existant à la fin du XVIIIe siècle sont déjà présents dans les années 1700, voire dès le début du XVIIe siècle. Ils s'appuient à la fois sur des savoir-faire locaux, sur la présence de ressources naturelles exploitables et sur l'existence de

²²⁴ Les références sont tirées du Mémoire de l'intendant DESMARETS de VAUBOURG (Marie-José LAPERCHE-FOURNEL, *L'intendance de Lorraine et Barrois à la fin du XVIIe siècle : édition critique du mémoire « pour l'instruction du Duc de Bourgogne »*, Paris, Editions du CTHS, 2006, p 268 (p. 88 du mémoire)).

²²⁵ *Almanach du commerce* : Mirecourt est la seule ville de Lorraine en-dehors de Nancy, Metz et Sarreguemines à y apparaître, signe de l'importance de ses fabriques à l'échelle du Royaume.

²²⁶ LAPERCHE-FOURNEL, *Ibid.*, p 266 (p. 86 du mémoire)).

²²⁷ DIETRICH, *Description des gîtes de minerai, forges, salines*, pp. 39-41

²²⁸ Alban FOURNIER, *La verrerie de Portieux : origine, histoire*, Paris, Berger-Levrault, 1886 ; Paul RODIER, *Les verreries des Hautes Forêts de Darney*, Epinal, Fricotel, 1909.

marchés de consommation urbains. Malgré quelques disparitions, le XVIII^e siècle est marqué par le renforcement voire l'extension de ces pôles et espaces productifs, ce qui témoigne de l'accroissement de la quantité de marchandises en circulation dans la province.

Une poussée manufacturière à partir du premier tiers du XVIII^e siècle

Entre les années 1720 et les années 1780, la croissance du nombre de pôles productifs et la diversification des branches de production sont tout à fait notables. On assiste en fait au fil du siècle à l'essor de certaines manufactures, qui témoignent vraisemblablement de l'accroissement de la consommation locale. Un premier mouvement de développement des fabriques lorraines a lieu dans les années 1710/1720, qui touche surtout les fabriques de biens d'équipement ou d'accessoires de consommation courante comme la verrerie ou la faïencerie. Un deuxième élan dans les années 1740/1750 voit les progrès de la production de textiles de qualité moyenne et médiocre, grâce au renforcement de quelques territoires productifs anciens et à l'essor de nouveaux pôles de production. Dans une certaine mesure, il semblerait que cette nouvelle configuration productive puisse prétendre à une forme de substitution aux importations²²⁹. A partir des années 1760 enfin, on voit apparaître des fabriques de *new items* - cotonnades, porcelaine et faïence, notamment - ainsi que se développer de nouvelles zones de production d'étoffes.

Plusieurs pôles productifs existant dès le début du XVIII^e siècle, en particulier dans les villes, gagnent en envergure entre les années 1720 et les années 1780. Les créations manufacturières, soutenues par les autorités par des privilèges et des exemptions, ne sont plus tournées comme au tout début du siècle vers les biens de luxe destinés à une clientèle curiale, mais vers les biens de qualité moyenne ou médiocre censés couvrir les besoins de vastes marchés de consommation²³⁰. Chronologiquement, l'essor touche d'abord la production de faïence et de verre. Les faïenceries se développent à partir des années 1710 : celle de Champigneulle date de 1711, celle de Pexonne de 1720, celles de Badonviller et de Lunéville de 1724. A partir des années 1750, de nouvelles implantations apparaissent : à Saint-Clément et à Bellevue près de Toul en 1758, à Epinal en 1759, à Moyen en 1763²³¹. Elles se tournent très rapidement vers les produits communs – signe de l'existence d'une demande locale importante et socialement large – et se maintiennent jusqu'à la fin du XVIII^e siècle en écoulant leurs marchandises localement. Les verreries voient quant à elle leur débit croître nettement, grâce entre autres aux débouchés ouverts par le marché français. Les nouvelles installations dans les années 1760 sont ainsi sans doute liées à l'assouplissement des taxes douanières sur les verres par l'édit du 21 août 1759 : sont ainsi créées la « nouvelle verrerie Sophie » près de Forbach en 1760, la verrerie de Sainte-Anne près de Baccarat en 1765, celle de Saint-Louis près de Bitche en 1768, celle de Vannes, dans le Toulouais, en 1766²³². Les plus grandes fabriques exportatrices sont Saint-Quirin et Sainte-Anne, dont la production est destinée aux marchés français et coloniaux : sur les 2.100.000 liv. auxquelles la production de verre lorraine est évaluée par Lazowski, ce sont en fait tout juste 200.000 liv. qui sont consommées dans la province par an²³³. Ainsi, le destin des verreries lorraines, surtout depuis la seconde moitié du siècle, est-il vraisemblablement plus lié au marché de consommation français qu'au marché local. Elles n'en satisfont pas moins la demande de la province.

²²⁹ Patrick VERLEY, *L'échelle du monde : essai sur l'industrialisation de l'Occident*, Paris, Gallimard, 1997

²³⁰ Sur les initiatives commerciales et manufacturières en économie d'Ancien Régime, voir : VERLEY, *L'échelle du monde* ; PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 349-357 et 367-381.

²³¹ *Manufacture de Saint-Clément, son histoire, sa fabrication, son exposition*, Nancy, Berger-Levrault, 1878 ; Alfred TAINURIER, *Recherches sur les anciennes manufactures de porcelaine et de faïence (Alsace et Lorraine)*, Strasbourg, Berger-Levrault, 1868.

²³² BOYE, *La Lorraine industrielle*, p. 22.

²³³ LAZOWSKI, *Journal de tournée*, p. 32.

L'essor de la production en équipements intérieurs est suivi à partir des années 1730 et 1740 par le succès d'un certain nombre de grandes manufactures textiles installées à Nancy, qui emploient chacune des centaines de travailleurs : la Manufacture de Saint-Thiébaud est reprise dans les années 1730 par le négociant nancéien Bloucatte et se maintient jusqu'à la Révolution ; les Manufactures de la Porte Saint-Jean et de la Vénérie sont relancées en 1746, et conservent un niveau d'activité important jusque dans les années 1770, produisant pour près de 100.000 liv. l. de marchandises par an²³⁴. Les négociants Jeandel et Fischer établissent enfin dans la ville en 1759 une fabrique de pluches et serges. Globalement, les manufactures de Nancy fournissent essentiellement la ville et sa garnison en étoffes de qualité commune. C'est également dans les années 1750 que Lunéville devient un pôle de production textile non négligeable à l'échelle régionale. La création de manufactures concentrées va de paire avec le renforcement des territoires productifs plus anciens. Les environs de Longwy, notamment les bailliages de Longuyon et Villers-la-Montagne, deviennent à partir des années 1770 des espaces de production drapière importants, autour des villages de La Grandville et de Sainte-Marie : on trouve dans les deux bailliages une centaine de fabricants dans les années 1780, et La Grandville est même érigée en lieutenance consulaire dans les années 1770²³⁵. L'essor est cependant plus précoce ailleurs. A Sainte-Marie-aux-Mines, on passe ainsi de trois fabricants de draps à vingt entre 1736 et 1780. Selon Coster, on trouve des marchands de Nancy, Epinal et Remiremont qui vendent plusieurs centaines de pièces de drap de Sainte-Marie par an²³⁶. De même, la production de draps et d'enversins à Saint-Mihiel et dans les environs s'étend à partir des années 1750 : on passe de six fabricants vers 1763 à 17 en 1780, dont cinq à Saint-Mihiel même, qui font à eux seuls travailler une cinquantaine de métiers.

La poussée productive dans le textile est en vérité moins due aux progrès des fabriques d'étoffes de laine qu'au rapide développement, à partir des années 1770, des manufactures de coton, produisant tissus ou accessoires. Alors que la production de bonneterie en laine n'était pas négligeable dès le début du XVIIIe siècle, elle est en recul progressif devant celle en coton, notamment à Lunéville ou Sainte-Marie-aux-Mines. L'inspecteur des manufactures évalue ainsi la production de Lorraine ducale et des Evêchés à près de 1,1 million de liv. t. par an – et 150.000 liv. t. rien que pour Sainte-Marie-aux-Mines. Un tel niveau de production, en particulier en bonneteries en coton au métier, « qui se multiplie depuis quelques années dans nos provinces et qui s'oppose à l'époque actuelle à l'importation de celles de Troyes et Rouen du même genre », permet selon Lazowski une amorce de substitution aux importations. La petite ville de Sainte-Marie-aux-Mines s'affirme plus généralement comme un centre cotonnier d'envergure régionale, grâce à l'installation de fabriques d'indiennes à partir des années 1780. Elle se trouve ainsi aux côtés d'autres pôles productifs comme Tomblaine dans les environs de Nancy ou Bar-le-Duc. Comme l'écrit Lazowski, « depuis six années, la Lorraine seulement et Sainte-Marie-aux-Mines indivis entre la province d'Alsace et la Lorraine ont su remplacer en partie les mouchoirs et les toiles fils et coton de toute couleur rayées, brochées et lamées que l'on tirait ci-devant d'Elberfeld en Allemagne, de Rouen et du Beaujolais. »²³⁷

²³⁴ Lettres de Jacques-Philippe POTTIER à Trudaine (tourné dans le nord-est de la France en 1762/1763), in Guy THUILLIER « Tournées d'un intendant du commerce dans le nord-est en 1762/63 », in *Actes du 89ème congrès des sociétés savantes*, tome II, volume 2, 1965, p. 861 à 891.

²³⁵ MARKOVITCH, *Histoire des industries françaises*, p. 425 : « il semble (...) que les manufactures se soient développées au cours du règne de Louis XVI. Les industries lainières de cette province (les Trois-Evêchés) accusent une forte croissance au cours de la décennie ayant précédé la Révolution. Cette croissance s'est manifestée non seulement dans la production concentrée de Metz et de ses environs immédiats, mais aussi dans les nombreux villages situés entre Longwy et Metz. »

²³⁶ *Lettres d'un citoyen*.

²³⁷ LAZOWSKI, *Journal de tournée*, p. 73.

Cette poussée cotonnière du dernier quart du XVIII^e siècle est à relier à la création de fabriques de *new items* à partir des années 1750. Celles-ci s'efforcent de satisfaire une demande locale en produits de consommation nouveaux comme la porcelaine ou certains accessoires d'équipement intérieur. L'installation de ces manufactures est le signe de l'existence de marchés de consommation locaux suffisamment importants et stables – parmi les populations urbaines aisées et sensibles à la nouveauté en particulier - pour en justifier l'existence. La savonnerie de Nancy fondée par le marchand Lorenzani date de 1753 ; la production de papier peint débute à Remiremont en 1768 avec l'installation d'une manufacture, deux autres étant installées à Nancy dans les années 1780. A côté de ces productions destinées à un marché de consommation relativement large, se développe la fabrication de la porcelaine, à la faveur de la présence d'une Cour nombreuse à Lunéville ou des faveurs douanières accordées par les Fermes Générales. Dès la dispersion de la Cour de Lunéville en 1766, la manufacture de porcelaine de la ville entre cependant en déclin, étant comme les fabriques de tapisserie ou de soieries fondées à Nancy au début du siècle très dépendante des commandes curiales.

L'indice de circulation intérieure des marchandises que constitue le niveau des entrées dans la ville de Nancy connaît une poussée marquée tout au long du XVIII^e siècle, avec de fortes accélérations dans les années 1730, 1750 et 1770. Le rythme de ces évolutions concorde avec celui de la progression des importations, et s'imbrique étroitement avec l'extension de la production manufacturière. Entre les années 1730 et les années 1780, on assiste ainsi à une hausse de 70 à 80 % des quantités de marchandises entrant dans la province. Dans le même temps, les années 1750 et 1770 marquent deux grands moments d'accroissement et de diversification de la production manufacturière, caractérisés pour le premier par l'essor de la production de lainages de qualité moyenne et médiocre, et pour le second par l'explosion de la production de cotonnades. Ces marchandises n'étant dans l'ensemble pas destinées à l'exportation, nous pouvons considérer que notre hypothèse d'une poussée généralisée de la quantité de marchandises disponibles dans la province tout au long du XVIII^e siècle est validée. Cette poussée commerciale doit cependant être nuancée, notamment si on la rapporte à l'évolution de la population : l'essor indéniable des quantités en jeu ne trahit pas de changement d'échelle dans le volume global des échanges. Les dynamiques commerciales de la Lorraine au XVIII^e siècle sont en définitive assez représentatives de la croissance économique du XVIII^e siècle européen.

La dynamique des échanges, autant sinon plus que dans des statistiques parcellaires et d'interprétation souvent délicate, se reflète dans les transformations des appareils commerciaux locaux. L'étude des rôles fiscaux des villes et des bourgs de Lorraine laisse entrevoir le renforcement des appareils commerciaux dans la première moitié du siècle, suivi d'une phase de consolidation dans la seconde.

2. La consolidation de la dotation marchande des espaces lorrains

Malgré les défauts d'une telle approche, l'analyse des rôles de la subvention permet d'entrevoir sur tout le siècle une hausse de l'équipement marchand des villes et des bourgs de l'espace lorrain. Les *ratios* marchands sont à vrai dire assez élevés dès les années 1710, et voient leur niveau croître sensiblement jusque vers les années 1740 ou 1750. La deuxième moitié du siècle apparaît plutôt comme une phase de consolidation de la densité marchande. En cela, la Lorraine participe d'un mouvement séculaire de renforcement des appareils

commerciaux des villes et des bourgs que l'on retrouve dans toute l'Europe du nord et de l'ouest, ainsi que dans l'Amérique du Nord coloniale²³⁸.

2.1. L'établissement des données : quelques remarques méthodologiques

Il ne s'agit pas ici de présenter une nouvelle fois les rôles de la subvention, mais d'expliquer comment utiliser ces documents avec un questionnaire un peu différent de celui retenu dans le chapitre précédent. Nous nous attachons ici en effet à retracer l'évolution des appareils commerciaux locaux et à les comparer entre eux dans le temps, et non plus seulement à les confronter de manière synchronique. Il nous faut d'abord montrer sous quelles conditions la comparaison des rôles de la subvention dans le temps est envisageable.

Les rôles de la subvention : quelle utilisation dans une perspective diachronique ?

Nous allons procéder ici à une simple opération de comptage, comme dans le chapitre précédent, en dénombant les marchands chefs de ménages et en relevant leurs cotes d'impositions. Comme nous ne disposons pas de rôles pour toutes les villes lorraines, nous avons classé les localités étudiées par « profils fonctionnels » à partir de la typologie esquissée dans le premier chapitre, ce qui nous permet de déterminer dans quelle mesure nos résultats sont généralisables. Le tableau suivant présente les localités étudiées.

Années étudiées		Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1738	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1790
Villes d'Ancien Régime	Nancy			1728		1751	1763		1785
	Remiremont		1715			1750			1789
	Bruyères	1701	1715	1725	1737	1750	1763	1775	1789
Villes à vocation commerciale et manufacturière	Mirecourt		1715	1725	1738	1750	1764	1775	1789
	Rosières- aux-Salines			1725		1750		1775	1789
	Raon-l'Etape		1710	1725		1751	1763	1774	1788
	Châtel-sur- Moselle	1704	1713	1725	1738	1750	1763	1775	1788
Bourgs	Bains			1726	1738	1750	1763	1775	1788
	Haroué		1717	1725	1738	1751	1763	1775	1788
	Darney	1707		1727	1744	1751			
	Gondreville		1713		1744				

²³⁸ Christina FOWLER, "Changes in provincial retail practice during the 18th century", *Business History*, 40-4, 1998, pp. 37-54 ; Andrew HANN et Jon STOBART, "Retailing revolution in the 18th century? Evidence from North-west England", *Business History*, 46-2, 2004, pp. 171-194 ; Sheilagh OGILVIE, "Consumption, social capital and the "Industrious Revolution" in early modern Germany", *Journal of Economic History*, 70-2, 2010, pp. 287-325 ; Danielle VAN DEN HEUVEL et Sheilagh OGILVIE, Retail Development in the Consumer Revolution: The Netherlands, c. 1670-c. 1815", *Explorations in Economic History*, 50, 2013, pp. 69-87 ; Gregory H. NOBLES, « The rise of merchants in rural market towns: a case study of 18th Century Northampton, Massachusetts », *Journal of Social History*, XXIV, 1990, pp. 5-23.

Les rôles de la Subvention présentent l'avantage d'être tenus de manière assez homogène dans le temps et dans l'espace de la fin du XVII^e siècle à la Révolution. On trouve ainsi dans le préambule de chacun d'eux le montant auquel la communauté a été cotisée, ainsi que les frais annexes d'établissement du rôle. Là où les différences de richesse sont les plus importantes, les habitants sont répartis en « classes ». Les exempts, que ce soit pour cause de privilèges ou de pauvreté, sont également relevés, et regroupés dans des catégories spéciales placées en fin de registre. Dans les plus grandes villes, les cotisés sont également distingués selon les quartiers – manière de simplifier l'établissement du document ainsi que la levée de l'imposition. Le plus important pour nous est que les professions des cotisés soient indiquées tout au long du siècle – les mandements de la Chambre des comptes étant en cela respectés. Les rôles urbains sont cependant nettement moins précis que ceux des campagnes quant à la description des biens fonds, maisons ou parcelles de terre. De plus, étant donné le faible nombre de cotisés, les rôles ruraux présentent bien plus en détail les professions des contribuables que ceux des villes : il est en particulier difficile pour les villes de connaître les activités annexes exercées par les chefs de feu, alors qu'elles sont presque systématiquement détaillées pour les villages.

La principale limite de l'approche par les rôles d'imposition tient au risque de sous-évaluation des activités des femmes, qui ne sont enregistrées que si elles sont chefs de feu – c'est-à-dire filles majeures vivant à leur propre domicile ou veuves. On ne trouve ainsi que quelques rares cas de femmes dont le commerce est mentionné pour justifier la cote d'imposition du mari : cela conduit inévitablement à minorer les activités de commerce de détail – ce qui est regrettable, les travaux de B. Blondé, de S. Ogilvie ou de N. Coquery suggérant en effet que les femmes boutiquières étaient nombreuses, voire en nombre croissant au XVIII^e siècle²³⁹. Cela n'affecte cependant pas le fond de notre raisonnement, puisque le biais joue vraisemblablement dans le même sens pour toutes les localités étudiées : nos résultats correspondent ainsi au niveau *minimal* de la dotation marchande des villes et des bourgs²⁴⁰.

Nous avons relevé l'ensemble des commerçants - les marchands proprement dits, de « commodités » ou de biens intermédiaires, ou les revendeurs de marchandises fabriquées par d'autres -, excluant les acteurs de la circulation des marchandises (aubergistes, charretiers, voituriers, rouliers, etc.) ou les auxiliaires publics ou parapublics de la circulation et de l'échange (fermiers des octrois, commis et agents des fermes, receveurs, postiers, postillons, etc.). Les résultats sont donnés en nombre de chefs de famille marchands pour 1000 habitants. Un tel choix de présentation ne va pas sans poser problème. Alors que nous disposions des chiffres de populations, plutôt fiables, de 1793, nous n'avons pour le XVIII^e siècle que le nombre des conduits et demi-conduits de chaque localité. On sait qu'il est difficile d'appliquer un coefficient unique et stable aux conduits, en l'absence d'une connaissance approfondie de la démographie des territoires étudiés²⁴¹. Même si le chiffre retenu de 4 à 4,5 personnes par feu est globalement acceptable pour le nord des espaces français au XVIII^e siècle, il reste assez périlleux de convertir un nombre de conduits en nombre d'habitants, notamment pour les villes, étant donné l'importance des communautés religieuses, dont on ne connaît le nombre de membres, et le grand nombre de domestiques dans les familles bourgeoises et aristocratiques, qui par définition n'apparaissent pas dans les rôles de

²³⁹ OGILVIE, "Consumption, social capital and the "Industrious Revolution" in early modern Germany" ; VAN DEN HEUVEL et OGILVIE, "Retail Development in the Consumer Revolution" ; Bruno BLONDE et Ilja VAN DAMME, "Retail growth and consumer changes in a declining urban economy: Antwerp (1650-1750)", *Economic History Review*, 63-3, 2010, pp. 638-663.

²⁴⁰ Nous avons estimé dans le premier chapitre que ce non-enregistrement de toutes les femmes boutiquières revenait à sous-évaluer le nombre de marchands de 10 à 15 %.

²⁴¹ Georges FRÊCHE, *Toulouse et la région Midi-Pyrénées au siècle des Lumières : vers 1670-1789*, Paris, Cujas, 1974, pp. 19-39.

subvention²⁴². On tentera cependant une conversion dans certains cas, en vue de comparer nos résultats avec ceux dont on dispose pour la fin du siècle ou pour les autres espaces.

Quelles informations relever ?

Si la circulation des marchandises s'est accrue tout au long du XVIIIe siècle, par qui a-t-elle été portée ? Qui sont les acteurs qui ont favorisé l'accroissement de la diffusion des biens de consommation dans la population ? La fourniture de commodités aux consommateurs finaux n'était en effet pas seulement effectuée par des marchands, mais aussi par tout un ensemble d'artisans : en matière vestimentaire, les commerçants de neuf entraient ainsi en concurrence avec les revendeurs de marchandises de seconde main, mais aussi avec les tisserands travaillant à façon, les chapeliers, les boutonniers voire les perruquiers pour les marchandises « de modes ». Pour la fourniture d'accessoires d'équipement, les merciers étaient quant à eux en concurrence avec les potiers de fer et d'étain ou encore les cloutiers.

Il s'agit donc pour nous non seulement de prendre la mesure de l'équipement commercial des localités, mais aussi d'estimer le poids relatif des marchands au sein de chacun d'elles. En effet, une des questions à laquelle nous devons tenter de répondre est celle de la contribution effective de l'appareil commercial à la mise à disposition des biens à la population. Pour évaluer son importance dans chacune des localités, nous employons deux grands indicateurs en plus du *ratio* marchand : la part de la subvention payée par les marchands et la cote relative des marchands par rapport aux autres catégories sociales. L'évolution de chacun de ces indicateurs nous renseigne sur la proportion de commerçants dans la population, sur le niveau de richesse du monde de la marchandise par rapport à l'ensemble des roturiers laïcs des villes et sur l'enrichissement relatif des marchands par rapport aux autres groupes sociaux - notamment les artisans vendeurs ou revendeurs de biens de consommation²⁴³. Plus généralement, la confrontation de ces indicateurs laisse entrevoir plusieurs types d'évolution possible :

- 1) Une progression de l'ensemble témoigne d'un renforcement de l'appareil commercial, ainsi que de l'enrichissement relatif des marchands par rapport aux autres groupes sociaux ;
- 2) Une diminution de l'ensemble reflète par contre un tassement de l'appareil commercial, la réduction de l'envergure des boutiques ainsi peut-être que l'affaiblissement du rôle commercial de la localité (si les plus grosses cotes marchandes connaissent une forte baisse) ;
- 3) Une stagnation ou une baisse du *ratio* marchand, associée à une progression des deux autres indicateurs, reflète la concentration des activités et du capital commerciaux entre les mains de quelques gros marchands ;
- 4) Une hausse du *ratio* marchand accompagnée d'une diminution des deux autres est un signe de pullulement de la boutique d'envergure modeste, et témoigne de la démultiplication des petites initiatives commerciales ;
- 5) Un maintien global de ces indicateurs tout au long du siècle traduit l'adaptation de l'appareil commercial à l'évolution de la population, sans qu'un quelconque renforcement soit discernable.

²⁴² Scarlett BEAUVALLET-BOUTOUYRIE, *La population française à l'époque moderne, XVIe-XVIIIe siècle : démographie et comportements*, Paris, Belin, 2008 ; Jacques DUPÂQUIER, *La population rurale du Bassin Parisien à l'époque de Louis XIV*, Paris, Editions de l'EHESS, 1979, pp. 23-24 et pp. 100-103 ; Guy LEMARCHAND, *La fin du féodalisme dans le Pays de Caux*, Paris, Editions du CTHS, 1989, pp. 237-241.

²⁴³ La question est cependant de savoir s'ils vendent exclusivement leur propre production, ou bien s'ils tendent à s'orienter vers la revente, ce qui est observé par OGILVIE et VAN DEN HEUVEL.

Il va de soi que les renseignements tirés de cette approche ne nous informent pas directement sur l'évolution de l'importance commerciale des localités à l'intérieur de la province. L'évolution des montants globaux de la subvention assignés sur chaque localité dépend en effet de l'évolution de l'assiette générale, ainsi que des démarches des autorités locales auprès de la Chambre des Comptes en vue de faire modifier les montants : au regard d'ailleurs des niveaux de la subvention payée par les villages, il semblerait que les villes soient nettement sous-imposées. Les montants globaux de la subvention ne sauraient donc refléter l'importance relative des localités, et encore moins des personnes : les plus gros marchands de Mirecourt ou d'Épinal paient ainsi une somme plus faible que bien des laboureurs des villages des environs. Les résultats obtenus n'ont donc de sens qu'au sein de chacune des localités prise isolément. Ainsi, lorsque nous parlons de renforcement ou de déclin des appareils commerciaux locaux, c'est par référence aux autres groupes socioprofessionnels de la localité étudiée : la hausse du nombre de petits boutiquiers et leur enrichissement relatif dans une ville en stagnation économique au fil du siècle n'est pas nécessairement le signe d'un renforcement de la polarité commerciale exercée par cette localité. Par contre, ce peut être l'indice d'un changement dans les comportements de consommation : la consommation marchande se ferait alors davantage en boutique que chez les artisans, permettant aux commerçants de réaliser des gains accrus, d'accumuler davantage et donc d'être davantage imposés²⁴⁴.

2.2. Le renforcement de la fonction d'échange dans les principaux pôles commerciaux

Dès le début du XVIII^e siècle, les villes et les bourgs comptaient un nombre important de marchands. L'analyse des rôles laisse apparaître un élan commercial réel au XVIII^e siècle, bien qu'assez différencié selon les types de localités. Le renforcement de la place des marchands dans les villes et les bourgs, tant en nombre qu'en richesse, reflète l'augmentation de la circulation marchande, ainsi sans doute que la place croissante de la boutique par rapport à l'atelier dans la mise à disposition des biens à la clientèle. La véritable poussée commerciale se produit en fait entre 1710 et 1750, la seconde moitié du siècle étant à bien des égards une période de consolidation. Après avoir présenté le cas de Nancy, dont le poids dans le commerce régional justifie une étude à part, nous allons nous pencher sur les villes et bourgs de Lorraine en distinguant les localités selon leur profil d'activités.

2.2.1. Le cas nancéien : renforcement de l'appareil commercial, essor du grand commerce, développement du petit commerce

La ville de Nancy connaît tout au long du XVIII^e siècle un renforcement très marqué de son appareil commercial. Les *ratios* marchands connaissent en effet une progression constante, passant de 12 pour 1000 à la fin des années 1720 à un peu plus de 20 pour 1000 à la veille de la Révolution. La part des marchands dans les impositions totales de la ville est également en croissance, bien qu'à un rythme moindre : le *ratio* marchand est multiplié par 1,65 quand le poids des commerçants dans les impositions est seulement multiplié par 1,25.

²⁴⁴ Bruno BLONDE et Ilja VAN DAMME, "Retail growth and consumer changes in a declining urban economy"

Poids des marchands dans la population nancéienne au XVIIIe siècle	1728	1751	1763	1785
Ratio marchand (pour 1000 habitants)	12,7	16,6 / 18,5	19,8	20,9
Part des marchands dans les impositions (en %)	19,4	19,7	25,3	24,3

Cette baisse de la cote relative des marchands est à relier à la progression importante du tout petit commerce. La ventilation des cotes marchandes par rapport à la cote moyenne des contribuables indique en effet que la proportion des commerçants de très petite envergure augmente sur tout le siècle, tout particulièrement dans son dernier tiers. Dans le même temps, le nombre de commerçants imposés à un niveau très élevé est important, signe de l'existence d'une couche de marchands fort aisés dans la ville.

Ventilation des cotes d'imposition des marchands	1728	1751	1763	1785
> 5 fois la cote moyenne	0,00	0,14	0,14	0,12
> 2 fois la cote moyenne	0,28	0,35	0,34	0,27
Supérieur à la cote moyenne	0,59	0,62	0,55	0,49
Inférieur à la cote moyenne	0,41	0,38	0,45	0,51
< 2 fois la cote moyenne	0,22	0,09	0,16	0,33
< 5 fois la cote moyenne	0,09	0,04	0,09	0,07

La présence d'une large couche de marchands riches s'explique sans doute par le renforcement pendant la première moitié du siècle de la fonction de coordination commerciale de la ville de Nancy au-delà de la simple fonction de redistribution locale. L'essor possible de ces marchands entre les années 1720 et les années 1750 est parfaitement cohérent avec la hausse sensible des entrées de marchandises à Nancy précédemment relevée. Dans le même temps, la progression du nombre de commerçants de petite envergure – payant moins de deux fois la cote moyenne des contribuables - peut être vue comme le signe d'une participation croissante des classes populaires à l'économie marchande, aussi bien comme vendeurs que comme consommateurs. Bon nombre de personnes au niveau de vie modeste chercheraient ainsi à assurer leur subsistance par le petit commerce²⁴⁵. On peut par ailleurs supposer, et cela va de pair, que ces très petits commerçants étaient spécialisés dans la vente de produits hautement fragmentés, c'est-à-dire vendus au détail en très petites quantités à des clients ne pouvant pas se permettre des achats massifs. Ainsi, le pullulement des petits marchands serait

²⁴⁵ Laurence FONTAINE, *Le marché : histoire et usages d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, 2013

le signe d'une diffusion massive des commodités jusque dans les milieux populaires, et donc d'une extension progressive de leur diffusion dans la société. Ces hypothèses, ici abruptement formulées, vont être mises à l'épreuve dans la troisième partie de notre travail. Le cas nancéien n'est en tout cas pas isolé : les appareils commerciaux se renforcent également dans les autres localités, même si l'essor du tout petit commerce y est nettement moins marqué qu'à Nancy.

2.2.2. Un renforcement inégal de l'appareil commercial selon les types de localités

Des marchands plus nombreux

L'analyse des rôles de la subvention dans d'autres localités a été menée de la même manière que celle des Ponts et Chaussées pour Nancy. Les *ratios* marchands ont cependant été calculés par rapport à des estimations du niveau de la population : les seuls recensements effectués au XVIII^e siècle concernaient en effet la ville de Nancy. Pour les autres localités, les rôles d'imposition ont le mérite de relever la totalité des feux, cotisés comme non cotisés. L'estimation de la population pour chaque date peut se faire en appliquant un coefficient multiplicateur au nombre total de feux de chaque lieu : les structures familiales des espaces lorrains étant comparables à celles du Bassin Parisien, nous avons retenu les mêmes coefficients de 4 à 4,5 personnes par feux qu'emploient Jacques Dupâquier ou Guy Lemarchand dans leurs travaux sur le XVIII^e siècle²⁴⁶. Le tableau suivant présente les résultats.

²⁴⁶ Jacques DUPÂQUIER, *La population rurale du Bassin Parisien*, pp. 100-103 ; Guy LEMARCHAND, *La fin du féodalisme*, pp. 237-241.

Les marchands dans la population des villes au XVIIIe siècle		Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1738	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1790
Remiremont	Ratio (pour 1000 habitants)		18,8 à 21,2			12,6 à 14,2			22,1 à 24,9
	Part des impositions en %		14,4			17,5			23,6
Bruyères	Ratio (pour 1000 habitants)	9,2 à 10,3	10,7 à 12,0	11,4 à 12,8	11,0 à 12,4	16,2 à 18,2	18,3 à 20,5	11,8 à 13,3	8,3 à 9,4
	Part des impositions en %	9,2	8,0	10,3	9,6	12,9	18,1	12,9	9,1
Mirecourt	Ratio (pour 1000 habitants)		11,1 à 12,5	17,6 à 19,8	21,7 à 24,5	24,4 à 27,4	23,0 à 25,9	26,2 à 29,5	21,4 à 24,1
	Part des impositions en %		14,2	20,8	26,2	25,1	24,3	44,5	24,0
Rosières-aux-Salines	Ratio (pour 1000 habitants)			6,9 à 7,8		9,8 à 11,0		10,0 à 11,3	9,8 à 11,0
	Part des impositions en %			5,2		11,1		9,3	10,6
Raon-l'Etape	Ratio (pour 1000 habitants)		7,0 à 7,9	14,0 à 15,8		10,1 à 11,4	7,3 à 8,2	10,2 à 11,5	14,2 à 16,0
	Part des impositions en %		11,2	18,8		9,9	11,4	19,3	20,4
Châtel-sur-Moselle	Ratio (pour 1000 habitants)	5,7 à 6,4	6,6 à 7,4		22,5 à 25,3	18,8 à 21,1	33,3 à 37,5	22,8 à 25,7	15,3 à 17,2
	Part des impositions en %	3,1	0,9		22,0	16,0	24,0	18,0	12,1
Bains	Ratio (pour 1000 habitants)			6,0 à 6,8	3,0 à 3,4	1,7 à 1,9	5,2 à 5,9	6,9 à 7,8	14,4 à 16,2
	Part des impositions en %			6,4	0,4	0,2	2,2	9,7	15,1
Haroué	Ratio (pour 1000 habitants)		15,6 à 17,5	12,3 à 13,9	28,2 à 31,7	20,3 à 22,9	10,2 à 11,5	16,8 à 18,9	13,5 à 15,2
	Part des impositions en %		10,7	12,8	26,4	19,6	11,4	14,9	13,5
Darney	Ratio (pour 1000 habitants)	5,8 à 6,6			12,6 à 14,2	10,5 à 11,8	15,4 à 17,3		
	Part des impositions en %	0,4			11,2	12,7	14,5		
Gondreville	Ratio (pour 1000 habitants)		7,7 à 8,7		8,2 à 9,3				
	Part des impositions en %		2,6		4,0				

Dans les villes, les *ratios* marchands et le niveau global de richesse des commerçants étaient élevés dès le début du XVIIIe siècle. Pour faciliter la lecture de ces données, nous avons calculé pour chacune des séries l'équation de la droite de régression linéaire. Nous en donnons ici simplement la pente, calculée sur l'ensemble de la série, puis sur la première et la

seconde moitié du siècle²⁴⁷. Il apparaît ainsi que la densité commerciale tend à se renforcer au fil du siècle dans toutes les localités, à l'exception du bourg d'Haroué.

Pentes de la droite de régression des <i>ratios</i> marchands	Ensemble du siècle	1700-1750	1750-1790
Châtel-sur-Moselle	2,42	4,21	-2,10
Mirecourt	1,76	4,40	-0,58
Bains-les-Bains	1,63	-2,15	3,98
Rosières-aux-Salines	0,56	1,45	0,01
Remiremont	0,55	-2,07	3,17
Raon-l'Etape	0,40	0,61	1,52
Bruyères	0,30	1,43	-3,02
Haroué	-0,55	-0,55	-1,38
Darney		1,71	

Les villes d'Ancien Régime de taille moyenne ou médiocre comme Remiremont ou Bruyères connaissaient dès le début du XVIIIe siècle des *ratios* marchands importants, qui ne furent d'ailleurs ni sensiblement ni durablement dépassés au fil du siècle, en témoigne la modestie de la pente. Il n'y a donc pas dans ces villes d'accroissement considérable de la dotation marchande, le nombre de commerçants restant globalement proportionnel à la population totale. Les niveaux d'équipement sont cependant sensiblement différents entre les deux villes, au bénéfice de Remiremont. Cela tient sans doute à des effets de seuil de population et de base économique des localités : sur la période, Bruyères ne dépasse jamais les 2.000 habitants, quand Remiremont dépasse les 4.000 habitants à la fin du XVIIIe siècle. De plus, Bruyères compte nombre de cultivateurs dans sa population, alors que les habitants de Remiremont sont essentiellement tournés vers les activités purement urbaines : il se peut ainsi que les seconds soient nettement moins autosuffisants que les premiers, et aient donc davantage recours à la boutique que les premiers. Enfin, la présence d'un important monastère de femmes nobles à Remiremont contribue sans doute aussi à accroître la demande finale, et à entretenir une forte population marchande²⁴⁸.

Les évolutions sont en réalité très variables selon le profil d'activité des localités. Les villes à vocation manufacturière ou commerciale comme Mirecourt ou Châtel-sur-Moselle virent ainsi leur population marchande croître de façon très importante dans la première moitié du XVIIIe siècle, la hausse étant dans l'ensemble nettement plus modérée dans la seconde moitié du siècle : en somme, la chronologie de l'extension des appareils commerciaux locaux est dans ce type de localités très proche de ce que l'on a pu observer pour l'accroissement de la circulation des marchandises dans la province.

²⁴⁷ Les calculs ont été obtenus grâce au logiciel Excel. Les données portées à l'ordonnée (« y ») correspondent aux *ratios* et aux parts des impositions. Les données portées en abscisses (« x ») correspondent aux années : pour éviter d'avoir des pentes aux montants infinitésimaux, nous avons compté l'année 1700 comme année 1, 1715 comme année 2, et ainsi de suite jusqu'à l'année 1790 comme année 8.

²⁴⁸ Jean-Claude BAUMGARTNER (dir.), *Remiremont : histoire de la ville et de son abbaye*, Vagney, Gérard Louis, 1985 ; Jean-Paul ROTHOT et Jean-Pierre HUSSON (dir.), *Bruyères entre plaine et montagnes*, Epinal, Société philomatique vosgienne/Société d'émulation des Vosges, 2006.

Les bourgs étudiés étaient quant à eux tous dotés d'un appareil commercial élémentaire dès le début du XVIII^e siècle. La vocation commerciale de ces petites localités est cependant relativement faible, si l'on en juge par la part des marchands dans la population : elle est sur tout le siècle 10 à 15 points inférieure à ce que l'on retrouve dans les villes. De fait, elles conservent un aspect largement rural, et la majorité de leur population vit encore de l'agriculture. L'évolution des *ratios* marchands au fil du siècle ne laisse pas apparaître de tendance claire : Darney, connaît une hausse nette de son équipement marchand durant toute la première moitié du siècle ; à Haroué, l'appareil commercial végète ; à Gondreville, aucune transformation notable n'apparaît entre 1713 et 1744. Bains présente quant à lui un cas de déclin commercial, suivi d'un sursaut à partir des années 1760. Sans doute ces évolutions s'expliquent-elles par l'histoire propre de chacune des localités : Darney connaît une forte croissance de sa population entre 1700 et 1750, Haroué voit la famille aristocratique de Craon en faire sa résidence vers 1730. Avant de devenir un petit centre thermal dans le dernier quart du siècle, Bains devient en 1733 le siège d'une très importante manufacture de fer blanc dans les environs, qui entraîne l'installation de nombreux ouvriers – plusieurs centaines dans les années 1760²⁴⁹. C'est le signe en tout cas que ces localités ont un appareil commercial extrêmement tributaire de phénomènes exogènes.

Des marchands qui s'enrichissent au fil du siècle ?

Plus encore que l'accroissement des *ratios* marchands, c'est la hausse de la part des commerçants dans les impositions qui frappe. Les cotes d'imposition reflètent dans une large mesure l'importance des biens fonds, ceux-ci étant un des principaux éléments d'estimation des facultés. Selon toute évidence, les marchands ont été dans l'ensemble capables de procéder à des investissements fonciers croissants au fil du siècle, ce qui témoigne de l'augmentation des capacités d'accumulation du monde de la marchandise. La pente des droites de régression nous laisse là aussi entrevoir cette progression.

Pentes de la droite de régression de la part des impositions	Ensemble du siècle	1700-1750	1750-1790
Châtel-sur-Moselle	2,20	4,69	-1,77
Mirecourt	2,68	3,81	1,69
Bains-les-Bains	2,10	-3,10	5,22
Rosières-aux-Salines	0,87	2,95	-0,27
Remiremont	1,53	1,03	2,03
Raon-l'Etape	0,93	-1,00	3,94
Bruyères	0,60	0,90	-1,66
Haroué	-0,09	4,03	-1,48
Darney		2,89	

²⁴⁹ DIETRICH, *Description des gîtes de minerai, forges, salines*, p. 155.

Cette poussée est particulièrement marquée dans les villes commerçantes ou manufacturières : la part des impositions sur les marchands double presque entre le début et la fin du siècle à Mirecourt ; à Châtel-sur-Moselle, elle passe de l'insignifiance à 12 %. L'essentiel du renforcement se fait entre les années 1720 et les années 1750 : la deuxième moitié du siècle est marquée par une stagnation des cotes, ou par des fluctuations fortes. Les évolutions sont moins claires pour les autres types de localités. Dans les villes d'Ancien Régime, la croissance du niveau des impositions marchandes est notable à Remiremont et s'étend sur le siècle tout entier, tandis qu'à Bruyères elle prend fin dans les années 1760 avant de connaître une chute par la suite.

Pour les localités les plus modestes, le poids des circonstances locales l'emporte largement sur les tendances générales. C'est le cas notamment des petites villes très dépendantes d'une branche de manufacture ou de commerce. Rosières-aux-Salines voit à partir des années 1750 sa population marchande stagner et le niveau de richesse des commerçants diminuer. Cela s'explique sans doute par la fermeture en 1760 des salines qui avaient fait sa prospérité au XVIIIe siècle, qui entraîne le départ d'environ 70 ouvriers, de leurs familles et du personnel d'encadrement et de supervision de l'établissement : il se peut fort que l'appareil commercial se soit ainsi adapté à la restriction des débouchés²⁵⁰. Raon-l'Étape atteint son maximum séculaire en termes de *ratios* marchands dès les années 1720. Ils chutent cependant vers le milieu du siècle, tout comme la part des commerçants dans les impositions, pour ne retrouver ces niveaux que dans les années 1780. Raon-l'Étape est à vrai dire une petite ville, très dépendante du sciage et du flottage des bois pour sa prospérité. Une part importante des bois de la forêt vosgienne était expédiée jusque dans la vallée du Rhin, pour être vendue dans les espaces germaniques voire dans les Provinces-Unies²⁵¹. Il se peut que ce lucratif commerce ait été perturbé par les conflits de la première moitié du siècle affectant ses débouchés : de 1763, fin de la Guerre de Sept Ans, jusqu'aux guerres révolutionnaires, les espaces germaniques connaissent une période de paix favorable à l'essor des échanges. Dans un contexte de hausse du prix du bois, cela a sans doute permis aux marchands de planches de la petite ville de prospérer.

L'analyse de la ventilation des cotes des marchands par rapport à la moyenne des contribuables des différentes localités vient malgré tout nuancer cette tendance globale à l'enrichissement des marchands. Dans toutes les localités, les marchands font partie dès le début du siècle des populations les plus aisées, leurs cotes d'impositions étant globalement deux fois supérieures à la moyenne. La tendance à l'enrichissement se retrouve surtout dans les localités à faible fonction de coordination des échanges, les marchands des pôles commerciaux étant dès le début du siècle assez aisés.

²⁵⁰ Sur Rosières-aux-Salines et l'histoire des salines, reprendre DURIVAL (*Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 2, pp. 102-105) et PIGANOL de La FORCE (*Description de la France*, t. 13, p. 388 à 391). Suppression des salines par arrêt du Conseil des Finances de Stanislas du 22 mars 1760.

²⁵¹ Emmanuel GARNIER, *Terre de conquêtes. La forêt vosgienne sous l'Ancien Régime*, Paris, Fayard, 2004, PAGE !

Niveau relatif des cotes marchandes	Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1738	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1790
Châtel-sur-Moselle	122,3	214,8		217,3	189,3	160,2	175,5	175,5
Mirecourt		285,7	262,5	267,9	228,7	235,2	237,2	249,7
Bains-les-Bains			235,4	29,2	22,3	92,5	311,4	232,9
Rosières-aux-Salines			167,3		253		207,4	239,2
Remiremont		149,7			307			234,2
Raon-l'Etape		353,6	298		217,3	346,6	419,3	319,6
Bruyères	222	166,8	201,1	193,7	177,2	220,4	242,8	242,7
Haroué		153,3	231,1	207,8	214,1	246,6	196,8	221,4
Darney	14,3			198,3	268,3	209,5		

Nous pouvons représenter ces résultats de manière simplifiée, en calculant là encore la pente de la droite de régression de chaque série individuelle.

Pentes de la droite de régression du niveau des impositions	Ensemble du siècle	1700-1750	1750-1790
Bains-les-Bains	25,84	-106,55	85,07
Remiremont	14,08	52,43	-24,27
Rosières-aux-Salines	10,01	42,85	-7,2
Bruyères	6,74	-6,27	21,89
Haroué	6,23	15,91	-2,79
Raon-l'Etape	6,02	-44,71	37,96
Châtel-sur-Moselle	1,15	13,65	-2,61
Mirecourt	-6,83	-16,56	6,5
Darney		46,03	

Les marchands de Mirecourt, Raon-l'Etape et Châtel-sur-Moselle, pôles manufacturiers et commerciaux, sont dès les années 1710 nettement plus riches que la moyenne des habitants de leur localité. De fait, leur niveau de richesse relative progresse peu, voire diminue légèrement au fil du siècle. La réelle progression de la richesse marchande se fait dans des localités peu commerçantes, comme Remiremont, ou dans de petits bourgs comme Bains-les-Bains, qui connaissent une croissance économique exceptionnelle dans la seconde moitié du siècle. Dans l'ensemble, à l'échelle séculaire, il semble difficile de parler d'enrichissement relatif considérable des marchands. L'indéniable poussée des échanges au cours du XVIIIe siècle semble ainsi plus favorisée par l'augmentation du nombre de marchands que par l'augmentation du volume des affaires traitées par les commerçants individuels.

La hausse du nombre de marchands ne se traduit pas par la démultiplication du petit commerce, comme ce qui a pu être observé dans le cas de Nancy. Dans les petites villes et les bourgs, la proportion de petits commerçants – dont le niveau de richesse est inférieur à la moyenne – est en effet très stable sur le siècle.

Fréquence d'apparition des marchands à la cote inférieure à la moyenne	Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1737	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1789
Bruyères	0,40	0,20	0,46	0,29	0,17	0,07	0,14	0,06
Remiremont		0,54			0,21			0,21
Mirecourt	0,40	0,20	0,46	0,29	0,17	0,07	0,14	0,06
Raon-l'Etape		0,29	0,22		0,11	0,00	0,04	0,06
Châtel-sur-Moselle	0,50	0,43	1,00	0,11	0,26	0,30	0,09	0,19
Rosières-aux-Salines			0,37		0,20		0,19	0,36
Haroué		0,14	0,00	0,13	0,08	0,00	0,17	0,11
Gondreville		0,60		0,63				
Darney	0,00		0,17	0,00	0,36			
Bains-les-Bains			0,00	0,33	0,00	0,17	0,00	0,00

Dans les villes, la part des marchands ayant une cote d'imposition supérieure à la moyenne atteint partout près de 80 % à partir des années 1750, gagnant globalement près de 20 points en l'espace de 30 ans. Là encore, seuls Mirecourt et dans une moindre mesure Raon-l'Etape font exception, leurs marchands comptant parmi les plus aisés des habitants dès les premières années du XVIII^e siècle. Ces observations sont à relier à celles faites sur les entrées des marchandises à Nancy : la période 1730-1760 étant sans doute marquée par une croissance de la circulation marchande dans la province, l'enrichissement relatif des commerçants est le reflet de la hausse du débit des marchandises. Les activités liées à la diffusion et à la circulation des biens auraient donc connu des possibilités de gains croissantes jusque dans les années 1750 ou 1760 – ces années marquant vraisemblablement un palier.

L'évolution de la ventilation de ces cotes montre l'originalité des appareils commerciaux des villes de moindre envergure ou des bourgs par rapport à celui de Nancy. Dans cette dernière ville, l'appareil commercial connaît à partir des années 1750 une prolifération des petits marchands et un affaiblissement relatif de ceux de solide envergure. L'évolution dans les autres localités est assez différente : dans les villes, la proportion des commerçants dont la cote est inférieure à la moyenne est en baisse partout et sur tout le siècle, tout particulièrement dans les localités les plus commerçantes. Le seul cas d'accroissement relatif du petit commerce se retrouve à Rosières-aux-Salines, en déclin depuis les années 1760. Il se peut donc que l'accroissement du commerce d'envergure très modeste, extrêmement spécialisé ou destiné à satisfaire les besoins d'une clientèle populaire consommant des produits très fractionnés, soit essentiellement un phénomène propre aux grandes villes. Mais à vrai dire, la clientèle existait-elle en quantité suffisante dans les plus petites villes pour permettre à un tel commerce de se développer ?

La hausse des *ratios* marchands et l'accroissement du niveau global des impositions des commerçants sont les signes tangibles du renforcement de l'appareil commercial dans les

villes, mais aussi dans une certaine mesure dans les bourgs de Lorraine. A la fin du XVIII^e siècle, les marchands sont globalement plus nombreux à niveau de population égal, et collectivement plus riches, que dans les années 1720. De telles tendances sont parallèles à l'augmentation de la quantité de marchandises en circulation dans la province, et sont potentiellement le signe d'une hausse du niveau moyen de consommation de commodités par les populations. Les appareils commerciaux destinés à les satisfaire sont cependant différents selon les localités : les plus grandes villes, comme Nancy, semblent connaître la démultiplication des plus petits commerçants, sans doute très spécialisés ou revendeurs de marchandises très fragmentées, ce qui n'apparaît pas dans les localités de taille plus modeste. Ces hauts niveaux d'équipement marchand se retrouvent dès le début du siècle dans les campagnes : la hausse des niveaux des cotes d'imposition des commerçants laissant supposer une poussée commerciale dans les espaces ruraux.

2.3. Quelle extension du commerce rural dans la Lorraine du XVIII^e siècle ?

2.3.1. Quelques remarques de méthode

L'étude des rôles de la Subvention de localités rurales dans le chapitre précédent avait mis en évidence la présence importante de marchands dans les campagnes à la fin du XVIII^e siècle. Nous avons en particulier montré l'existence de seuils d'apparition des marchands : dans les villages de plus de 200 habitants, il n'était ainsi pas rare de trouver des vendeurs de merceries, ainsi que d'autres distributeurs, notamment de tabac. Sans s'arrêter à la diversité des spécialisations commerciales, à partir de 500 habitants, les villages semblaient être presque systématiquement dotés de commerçants de plein exercice. L'approche par les seuils de population nous permet d'étudier les évolutions de l'équipement marchand des localités à niveau de population équivalent : la probabilité pour un village de 300 habitants de disposer d'un ou plusieurs marchands était-elle plus forte en 1790 qu'en 1720 ? Si tel est le cas, nous pouvons conclure à l'abaissement des seuils d'apparition des marchands au fil du siècle : cela reflèterait le renforcement de l'appareil commercial et l'accroissement de la circulation des marchandises dans les campagnes. L'approche ici retenue n'est qu'un mode d'investigation : il ne s'agit en aucune manière de considérer le facteur démographique comme le seul à même d'expliquer les variations éventuelles de la dotation marchande des villages – même si nous avons vu qu'il expliquait largement la présence de marchands dans les localités²⁵².

Le même problème méthodologique se pose que dans le premier chapitre : en l'absence de tableau général du commerce lorrain sur tout le XVIII^e siècle, il est nécessaire de partir de sources donnant des aperçus partiels, notamment le relevé de population de Bugnon datant de 1708. L'essentiel de notre étude repose cependant sur des rôles de la subvention. Pour disposer d'échantillons suffisamment larges sur lesquels fonder nos observations, nous nous sommes résolus à étudier les évolutions entre trois grandes périodes. Au début de ce chapitre, nous avons vu que la circulation des marchandises connaissait plusieurs poussées successives : dans les années 1720 et 1730 tout d'abord, vers 1750 puis dans les années 1770 et 1780. Chacune des césures retenues est centrée sur un de ces moments d'accroissement des échanges, qui se traduisent probablement par un renforcement de la dotation marchande des campagnes.

2.3.2. Un fort équipement commercial des campagnes dès le début du siècle

²⁵² Tout comme pour les villes, nous avons déterminé le niveau de population en multipliant le nombre de feux par les coefficients 4 et 4,5 ; pour la simplicité de présentation des tableaux, le chiffre de population indiqué correspond au coefficient 4,25.

La précocité de la dotation commerciale des campagnes

Il ressort de notre étude que l'équipement commercial des campagnes lorraines est important dès le premier tiers du siècle : les fortes fréquences d'apparition des marchands que nous avons distinguées pour la fin du XVIIIe siècle se retrouvent en fait dès les années 1730. Il se pourrait même que la dotation marchande des campagnes s'accroisse entre les deux premiers tiers du siècle pour se tasser par la suite²⁵³.

Fréquence d'apparition dans les villages		Années 1700-1730	Années 1740-1760	Années 1770-1790
Villages de moins de 200 habitants	Acteurs du commerce	0,46	0,60	0,50
	Marchands	0,21	0,28	0,25
Villages de 200 à 500 habitants	Acteurs du commerce	0,85	0,88	0,93
	Marchands	0,54	0,62	0,76
Villages de plus de 500 habitants	Acteurs du commerce	0,86	1,00	0,96
	Marchands	0,71	1,00	0,87

La présence de transporteurs, d'aubergistes ou d'autres acteurs de la circulation des marchandises était très forte dans les campagnes dès le premier tiers du XVIIIe siècle : dans les villages de moins de 500 habitants, les chiffres pour la fin du siècle sont comparables à ceux des années 1700 à 1730. Espaces traversés par des flux de personnes et de marchandises, zones de production de denrées agricoles ou de matières premières, les campagnes étaient amenées à participer activement à l'économie d'échanges du temps. Les hautes fréquences d'apparition des marchands dès les années 1700 à 1730 s'expliquent ainsi par le rôle de coordination des échanges que les villages devaient assurer – à une échelle certes bien plus élémentaire que les villes ou les bourgs. Elles reflètent aussi l'importance de la consommation de commodités dans les campagnes, qui justifie la présence de marchands pour satisfaire les besoins des populations locales.

Une analyse plus fine des fréquences d'apparition, en regroupant les villages par tranche de 100 habitants, montre que les seuils relevés pour les années 1780 sont globalement les mêmes à l'échelle du siècle tout entier. Celui de 100 habitants semble être le niveau d'apparition absolu, puisqu'aucun village de population moindre ne compte de commerçants : entre le quart et le tiers des localités de 100 à 200 habitants semblent être dotées d'un marchand. Au seuil de 200 habitants, on atteint la moitié, et à celui de 300 les deux-tiers des villages semblent posséder au moins un marchand. Le véritable renforcement de l'appareil commercial des campagnes semble en définitive se faire au seuil de 400 habitants, qui devient significatif à partir du milieu du siècle : près de neuf villages sur dix de plus de 400 habitants voient alors la présence de marchands, au lieu des deux-tiers environ au début du siècle. La présence des commerçants dans les villages est donc importante dès le début du XVIIIe siècle, mais se renforce à partir des années 1730 – en particulier dans les localités les plus grosses. Cela fait écho au renforcement des appareils commerciaux urbains.

²⁵³ Les données par village pour les deux césures se trouvent à l'annexe 13.

Fréquence d'apparition des marchands dans les villages	Années 1700-1730	Années 1740-1760	Années 1770-1790
moins de 100 habitants	0,00	0,00	0,00
100-200 habitants	0,26	0,35	0,32
200-300 habitants	0,36	0,50	0,57
300-400 habitants	0,71	0,63	0,69
400-500 habitants	0,63	0,90	1,00
plus de 500 habitants	0,71	0,96	0,87

Une contre-épreuve : le recensement de 1704

Cette présence massive de marchands dans les campagnes dès le début du XVIII^e siècle est assez surprenante. Elle est cependant corroborée par d'autres sources. Le seul document nous donnant – encore qu'indirectement - pour le début du XVIII^e siècle un aperçu de la présence des marchands dans les campagnes est la synthèse par le géographe Bugnon de l'enquête statistique entreprise par le duc Léopold en 1703 : il s'agissait d'asseoir la subvention sur la base la plus juste possible, en tenant compte au mieux des facultés de chaque communauté. Ce n'est pas la première du genre dans ses Etats, puisqu'une première avait été entreprise dès le retour du Duc dans ses Duchés en 1698, et que deux autres suivirent²⁵⁴. Des feuilles de renseignements furent adressées à toutes les communautés - hormis Nancy, Bar et Lunéville, exemptes de la subvention. Les curés étaient chargés de fournir des informations sur les rendements agricoles, sur la qualité des terres et sur les activités de la population²⁵⁵. L'utilisation des feuilles des communautés, conservées aux Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle est impossible, car seule la page de garde a été conservée. Il est donc nécessaire de recourir à la synthèse réalisée par le géographe, légèrement postérieure, et qui perd en précision par rapport aux feuilles des communautés. Les renseignements ne sont en effet pas donnés par village, mais par prévôtés. Ces petites circonscriptions judiciaires, supprimées en 1751, regroupaient généralement une quinzaine de communautés, organisées autour d'un bourg siège de marchés et de foires.

Dans son relevé, Bugnon reprend les catégories employées dans les feuilles des communautés. Sont ainsi mentionnés les chefs de famille – époux, veufs ou célibataires -, mais non les épouses. Ces données sont cependant complétées par une recension complète des garçons et des filles mineurs, des domestiques et des garçons de boutique. Cette dernière catégorie est intéressante, puisqu'elle rassemble les domestiques travaillant comme assistants des marchands ou des artisans. On peut supposer que seuls les plus prospères d'entre eux recouraient aux services de tels auxiliaires : leur présence nombreuse dans les villes et les campagnes est donc le signe d'une économie d'échanges dynamique, reposant sur des acteurs d'envergure solide. Nous sommes d'autant plus fondés à relier la présence des garçons de boutiques à celle des marchands que dans les sept prévôtés pour lesquelles nous disposons

²⁵⁴ Michel ANTOINE, « A propos des dénombrements de population des Duchés de Lorraine et de Bar sous le règne de Léopold », *Annales de l'Est*, 1953, pp. 79-85.

²⁵⁵ François VISINE, « Préface à l'étude de quelques éléments statistiques relatifs aux Duchés de Lorraine et de Bar en 1708 », *Annales de l'Est*, 1950, pp. 171-206 (en particulier p. 189 à 191) ; Jean ROUSSEL, « Tableaux statistiques relatifs aux déclarations des communautés des Duchés de Lorraine et de Bar en 1708 », *Annales de l'Est*, 1952, pp. 161-174.

d'un décompte des marchands la corrélation est très forte entre le nombre de commerçants et le nombre de commis : dans l'ensemble, on trouverait à cette date un marchand pour deux ou trois garçons de boutique²⁵⁶. Nous allons donc dénombrer ceux-ci en calculant leur *ratio* pour 1000 habitants, comme pour les marchands. Le tableau présente les seules prévôtés rurales, c'est-à-dire ne comptant pas en leur sein de villes, de bourgs ou de localités jouant un rôle important dans la coordination régionale des échanges.

Sur 25 prévôtés rurales étudiées ici, seules trois ne comptaient aucun garçon de boutique. Bien que nous ne puissions dire si ces domestiques travaillaient pour des marchands ou des artisans, il est indéniable que les campagnes lorraines comptaient dès le début du XVIIIe siècle des acteurs économiques importants. Cela tendrait à confirmer les données relevées à partir des rôles de la subvention, qui suggèrent une participation importante des villages à la consommation de commodités.

²⁵⁶ On relève 86 marchands dans la prévôté de Bar-le-Duc (pour 143 commis), 38 dans celle de Pont-à-Mousson (pour 117), 15 dans celle de Foug (pour 28), sept dans celle de Thiaucourt (pour 11), trois dans celles de Souilly et de Pierrefite (pour cinq et 14 respectivement) et deux dans celle de Nomeny (pour 28). Le coefficient de corrélation entre les deux séries (0,934) suggère un lien fort entre la présence de marchands et celle de garçons de boutique.

Prévôtés rurales	Nombre de feux	Population estimée	Nombre de garçons de boutique	Ratio pour 100 feux	Ratio pour 1000 habitants
Einville-au-Jard	1119	4756	85	7,6	17,9
Azerailles	107	455	9	8,4	19,8
Bouconville	325	1381	11	3,4	8,0
Pompey	213	905	7	3,3	7,7
Chaligny	419	1781	11	2,6	6,2
Pierrefite	564	2397	14	2,5	5,8
Amance	1886	8016	43	2,3	5,4
Châtillon-sur-Saône	395	1679	9	2,3	5,4
Mandres-aux-Quatre-Tours	227	965	5	2,2	5,2
Remoncourt	208	884	4	1,9	4,5
Âpremont	407	1730	7	1,7	4,0
Foug	1927	8190	28	1,5	3,4
Prény	918	3902	13	1,4	3,3
Dompaire	2109	8963	24	1,1	2,7
Souilly	509	2163	5	1,0	2,3
Châtenois	1457	6192	13	0,9	2,1
Conflans-en-Bassigny	251	1067	2	0,8	1,9
Gondreville	1782	7574	13	0,7	1,7
Hattonchâtel	1042	4429	5	0,5	1,1
La Motte et Bourmont	2392	10166	11	0,5	1,1
Saint-Thiébauld	1041	4424	4	0,4	0,9
Gondrecourt	1443	6133	5	0,3	0,8
Condé Val de Faulx	336	1428	0	0,0	0,0
Deneuvre	143	608	0	0,0	0,0
Valfroicourt	162	689	0	0,0	0,0

Les *ratios* de commis de boutique élevés nous rassurent quant à nos calculs de fréquence d'apparition des marchands dans les campagnes, en montrant leur plausibilité. En retenant le rapport de trois commis pour un marchand, on ne trouverait ainsi que quatre prévôtés qui seraient privées de commerçant.

2.3.3. L'hypothèse d'un renforcement de l'équipement commercial des campagnes

Les seuils d'apparition des commerçants dans les villages étant globalement similaires sur tout le siècle, il se peut fort que le nombre de marchands dans les campagnes se soit accru au XVIII^e siècle. La population de la Lorraine centrale et méridionale ayant crû de 70 % environ entre 1708 et 1793, bien des villages – dont plusieurs de notre échantillon – sont donc passés de 200 ou 250 habitants à près de 400 entre les années 1720 et les années 1780. Il se peut ainsi que des localités sans marchand au début du siècle, par simple effet de seuil, aient

vu l'installation de commerçants au fil du temps. La hausse de la population a sans doute ainsi mécaniquement entraîné un accroissement, en valeur absolue, de la dotation marchande des campagnes. Le nombre de commerçants dans les campagnes n'a quoi qu'il en soit pas cru par augmentation des *ratios* : l'analyse par localité suggère en effet que le nombre de marchands pour 100 habitants était relativement stable au fil du siècle.

Une hausse peu marquée des *ratios* marchands par localité

Dire cela, c'est mettre en avant la proportionnalité grossière entre la population et l'équipement marchand. Les *ratios* étaient cependant très variables selon les localités, à niveau de population équivalent et au sein des mêmes ensembles micro-régionaux. Par ailleurs, dans les localités les plus modestes, les équipements étaient réversibles : de nombreux cas d'apparition de marchands sont en effet suivis de disparition, à une génération d'écart. Bien des villages de 200 ou 300 habitants qui comptaient un marchand dans la première ou la deuxième césure, n'en ont ainsi plus par la suite. C'est seulement dans les plus grosses localités, ou dans les petits bourgs comme Flavigny ou Haroué, que l'on retrouve une présence marchande stable. Une demande agrégée importante, portée par des populations solvables au mode de consommation sans doute proche des populations urbaines les plus aisées est donc indispensable pour permettre une présence durable de commerçants. La présence fluctuante de marchands de biens de consommation dans les campagnes est ainsi le signe de l'existence d'une demande réelle, bien que fragile, parmi les populations rurales. Cette réversibilité des équipements suggère d'ailleurs que dans bien des cas, les activités marchandes sont d'un accès aisé, et que l'on peut en sortir facilement. Bien des marchands sont ainsi d'une envergure très médiocre, tandis que beaucoup d'autres sont des laboureurs poly-actifs, qui diversifient leurs spéculations en pratiquant le commerce. Les premiers n'ont sans doute investi que des sommes modestes dans l'achat de marchandises à revendre. Les seconds ont quant à eux d'autant plus de facilité à entrer dans le commerce ou à en sortir que la vente de marchandise est secondaire dans l'ensemble de leurs activités.

Cette réserve mise à part, il semblerait, sur la base de notre échantillon, qu'au sein de chaque classe de villages les *ratios* marchands soient en augmentation. Nous les avons calculés pour chaque localité, et avons déterminé pour chaque classe le *ratio* médian en acteurs du commerce et en marchands des localités équipées. A la différence des villes, et pour tenir compte de la faible population des villages, nous avons calculé le nombre de marchands pour 100 habitants et non pour 1000. Les résultats sont synthétisés dans le tableau suivant.

Ratio médian nombre de commerçants / population des villages équipés		Années 1700-1730	Années 1740-1760	Années 1770-1790
Villages de moins de 200 habitants	Acteurs du commerce	0,5	1,3	1,4
	Marchands	0,9	0,9	0,8
Villages de 200 à 500 habitants	Acteurs du commerce	1,0	1,1	0,9
	Marchands	0,5	0,8	0,6
Villages de plus de 500 habitants	Acteurs du commerce	1,1	1,3	1,4
	Marchands	0,6	0,8	1,0

Une fois encore, les *ratios* relativement importants du début du siècle ne semblent pas exagérés. Bugnon nous donne comme on l'a vu le nombre de marchands actifs dans plusieurs prévôtés, dont trois sont purement rurales – Foug, Souilly et Pierrefitte. Bien que tous les villages de ces prévôtés n'aient pas compté de commerçant, le *ratio* marchand pour 100 habitants y atteignait des niveaux comparables à ceux relevés ci-dessus dans les villages dotés d'un marchand.

Les marchands dans les prévôtés rurales (1708)	Nombre de feux	Population estimée	Marchands	<i>Ratio</i> marchand pour 100 habitants
Foug	1927	8190	15	0,18
Souilly	509	2163	3	0,14
Pierrefite	564	2397	3	0,13

Bien que modestes, les chiffres présentés ici sont du même ordre de grandeur que ceux que l'on retrouve dans les villages de 200 à 500 habitants. Ceux où sont installés des marchands en comptent environ 0,40 pour 100 habitants ; ici, tous types de villages confondus, on atteint un *ratio* de 0,15 à 0,20 pour 100 habitants. La densité commerciale des campagnes, assez forte à la fin du XVIIIe siècle, était donc loin d'être négligeable dès les années 1700. Comment interpréter cette forte présence de commerçants dans les campagnes ? On peut y voir le signe d'une participation importante et précoce à la consommation marchande. La demande en étoffes, merceries et épicerie est sans doute importante dès le début du siècle, et souvent suffisamment stable pour justifier la présence permanente de marchands. On peut également penser qu'il s'agit d'un impératif technique, rendu nécessaire par la ventilation socioprofessionnelle des habitants des campagnes. Dans les villes, les habitants pouvaient compter sur un vaste éventail de spécialités productives dans l'artisanat – ce qui était nettement moins le cas dans les campagnes, où malgré la poly-activité de bien des

ruraux, toutes les spécialités productives n'étaient pas représentées dans les villages²⁵⁷. On peut ainsi supposer que les ruraux avaient d'autant plus besoin d'avoir des marchands à disposition qu'ils pouvaient difficilement faire fabriquer des objets chez des artisans qualifiés. Les marchands ruraux auraient ainsi été dans une certaine mesure des substituts d'artisans. Quelle que soit l'hypothèse retenue, et les deux ne s'excluent pas l'une l'autre, les ruraux se procuraient dès le début du XVIIIe siècle une partie importante de leurs consommations auprès d'artisans ou de commerçants, ne comptant que partiellement sur l'autoproduction.

Sans que nous puissions conclure de manière décisive, il semblerait que le niveau d'équipement commercial des villages ne connaisse pas de progression très marquée au fil du siècle. En fait, le renforcement de l'équipement commercial des campagnes semble être passé surtout par l'accroissement des niveaux d'affaires des marchands.

L'enrichissement relatif des marchands ruraux est peu perceptible

Le seul moyen à notre disposition pour évaluer le niveau de richesse des marchands ruraux est de partir de leurs cotes d'imposition. L'interprétation de ces chiffres est comme on l'a vu rendue délicate par l'opacité des modes d'évaluation des facultés des contribuables. Par ailleurs, du fait du caractère relativement arbitraire de l'assiette de la Subvention et des Ponts et Chaussées entre les communautés rurales, les cotes d'impositions individuelles ne sont pas comparables entre villages, et ne sont pertinentes qu'au sein des communautés elles-mêmes : elles renvoient en fait simplement à une hiérarchie des facultés des contribuables, dont on peut supposer qu'elle est retranscrite de manière uniforme entre les localités. Pour déterminer si les marchands ruraux ont vu leur niveau de richesse croître au fil du siècle, nous nous sommes ainsi résolu à étudier l'évolution de leurs cotes d'imposition relatives au sein des petites régions rurales présentées au chapitre précédent. Disons quelques mots au préalable sur notre démarche.

Nous avons tout d'abord calculé la cote d'imposition relative de chaque commerçant apparaissant dans les rôles d'imposition en la rapportant à une base 100 correspondant à la cote d'imposition moyenne du village : si celle-ci monte dans tel village à 15 liv. l., un marchand cotisé à 30 liv. l. a ainsi une cote relative de 200. Cette simple proportion ne dit cependant rien du niveau de richesse réelle des commerçants : une cote relative de 200 n'a en effet pas le même sens dans une localité riche et une localité pauvre. Pour que la comparaison entre cotes ait du sens, il faut qu'elle soit menée entre villages aux caractéristiques économiques similaires – d'où notre étude par microrégions, rassemblant des localités proches connaissant des niveaux de richesse comparables et des évolutions économiques semblables.

Dans chaque microrégion, nous avons pour chaque date relevé toutes les cotes relatives de marchands à notre disposition. Nous avons ensuite calculé le niveau médian d'imposition des marchands de l'échantillon, ainsi que le seuil du quatrième quartile – ce qui nous permet de mettre en évidence pour chaque date le niveau d'imposition des commerçants les plus riches. L'éventuel accroissement au long du siècle de la médiane et du seuil d'entrée dans le dernier quartile peut être interprété comme le signe de l'enrichissement relatif des commerçants : si une telle tendance est avérée, elle est le signe d'une poussée des échanges assurés par les commerçants dans les campagnes. Les résultats sont synthétisés dans les tableaux suivants.

²⁵⁷ Alain BELMONT, *Des ateliers au village : les artisans ruraux en Dauphiné sous l'Ancien Régime*, Grenoble, Presses Universitaires, 1998

Niveau médian des impositions relatives des marchands	1715	1725	1738	1750	1763	1775	1790	Pente
Environs de Pont-à-Mousson			162,6	207,4	275,5	112,8	132,4	-15,5
Santois et sud de Nancy		57,1	72,1	89,2	119,7	115,0	131,2	15,1
Environs de Nancy		103,8	76,8	95,4	122,2	122,0	127,5	8,0
Plaine sous-vosgienne	135,4	83,4	81,2	78,1	99,2	87,2	160,0	3,6
Vôge		117,1		152,8	128,5	151,6	125,5	2,3
Vallées vosgiennes			114,2	84,5	145,9	72,0	97,2	-4,7

Le niveau médian des impositions des marchands connaît une progression sensible au fil du siècle en Lorraine centrale. On constate cependant une légère baisse dans les vallées vosgiennes, et une baisse importante dans les environs de Pont-à-Mousson – celle-ci intervenant cependant dans une microrégion où le niveau de richesse des marchands était nettement plus élevé qu’ailleurs dans les années 1730. Globalement, on peut retenir que les marchands ruraux les plus aisés voient leur niveau de richesse relative augmenter au fil du siècle. Leur enrichissement est cependant limité. Le seuil d’entrée dans le quatrième quartile à la fin du siècle est assez bas, autour 160 % de la cote d’imposition moyenne, ce qui témoigne de la modestie de leurs niveaux d’affaires : moins du quart des marchands ruraux avaient donc une cote d’imposition deux fois supérieure à la moyenne. A la même époque par comparaison, la moitié des marchands des villes avait une cote supérieure ou égale à deux fois la cote moyenne : les marchands des villages étaient donc comparativement moins riches que ceux des villes.

Niveau du seuil du quatrième quartile des impositions relatives des marchands	1715	1725	1738	1750	1763	1775	1790	Pente
Environs de Pont-à-Mousson						169,7	165,2	
Santois et sud de Nancy		125,8	90,0	229,6	167,2	150,6	191,2	12,8
Environs de Nancy		139,8	78,4	231,0	153,1	153,3	182,7	10,3
Plaine sous-vosgienne		108,1	97,6	124,4	117,5	133,1	219,4	18,7
Vallées vosgiennes			153,9	125,0	189,6	139,6	184,4	7,6

La tendance à l’enrichissement des marchands ruraux qui ressort de ces chiffres doit cependant être tempérée. Outre les niveaux modestes de cette progression, il faut bien voir que la plupart des marchands des campagnes étaient poly-actifs, et le commerce ne représentait qu’une partie de leurs activités : il n’est donc pas aisé d’assigner cette montée des cotes moyennes des marchands ruraux au seul essor des activités commerciales. Par ailleurs, une des conséquences de cette poly-activité est la grande facilité des marchands à moduler leur degré d’investissement dans les activités commerciales, voire à se retirer totalement des affaires au gré des souhaits, possibilités et opportunités d’investissement. A l’échelle d’un village pris isolément, les niveaux de richesse des marchands peuvent ainsi être très variables à quelques années d’écart seulement. L’exemple de Relanges dans la Vôge est à cet égard

assez révélateur. Le tableau suivant relève les cotes d'imposition relatives de ses marchands entre 1732 et 1790.

Cotes d'impositions relatives des marchands du village de Relanges					
1732	1738	1750	1763	1774	1790
117,1	6,8	0,0	100,0	126,2	154,9
117,1			77,2	84,0	
220,7				151,6	
				151,6	

Dans ce village de 450 habitants environ dans les années 1790, la présence de commerçants est attestée dès 1732 – date du plus ancien rôle d'imposition conservé. Les trois marchands étaient alors sensiblement plus aisés que la moyenne des habitants, l'un en particulier, simplement qualifié de « marchand » dans le rôle, étant deux fois plus fortement imposé que la moyenne. A la fin des années 1730 et pendant une partie au moins des années 1750, l'équipement commercial du village disparaît : en 1763, les deux commerçants, un « marchand » et une « débitante en tabac », sont médiocrement riches. C'est seulement vers la fin du siècle que le niveau des cotes des commerçants remonte, pour atteindre là encore un niveau somme toute modéré – avec des « vendeurs de vin » et des « débiteurs de tabac ».

Autant que la nature des activités pratiquées, le niveau d'implication des commerçants dans les affaires est très fluctuant : si dans l'ensemble le nombre de marchands dans les campagnes est fort pendant tout le XVIII^e siècle, les villages ne peuvent véritablement compter sur un appareil commercial stable, aussi bien par le nombre de marchands présents que par le niveau d'affaires de ceux-ci. Tout au plus peut-on dire que les particuliers joignant le commerce à leurs activités étaient au moins aussi nombreux en fin de siècle qu'en début, et qu'ils tendaient à voir leur richesse croître au fil du siècle : une telle observation conforte malgré tout l'hypothèse d'une participation accrue des populations des campagnes à la consommation marchande.

3. Diversification et spécialisation des appareils commerciaux des villes et des bourgs

Après avoir pris une mesure globale de la taille de l'appareil commercial dans les villes et les bourgs, il convient de se pencher plus avant sur les évolutions de sa structure au fil du siècle. Quelques travaux sur la boutique au XVIII^e siècle ont mis en évidence un phénomène de démultiplication des spécialités commerciales représentées dans les villes²⁵⁸. Il s'agirait de cette manière pour les marchands de répondre à l'augmentation de l'offre disponible et à la diversification des gammes : incapables par l'étroitesse de leurs affaires de proposer l'ensemble des biens de consommation existants, les marchands les plus modestes

²⁵⁸ HANN et STOBART, "Retailing revolution in the 18th century?" ; BLONDE et VAN DAMME, "Retail growth and consumer changes in a declining urban economy" ; Laura VAN AERT & Ilja VAN DAMME, "Retail Dynamics in a City in Crisis : the Mercer Guild in Pre-Industrial Antwerp (ca. 1648-ca. 1748)", in Bruno BLONDE, Eugénie BRIOT, Natacha COQUERY et Laura VAN AERT (éd.), *Retailers and Consumer Changes in Medieval and Early Modern Europe*, Tours, Presses Universitaires François Rabelais, 2005, pp. 139-167 (pp. 148-149).

seraient contraints de se spécialiser, en vue d'offrir les assortiments les plus satisfaisants possibles dans un domaine particulier²⁵⁹. De fait, l'analyse des rôles d'imposition pour plusieurs localités des Duchés montre une tendance réelle à l'accroissement du nombre de branches du commerce existantes, tout particulièrement dans le secteur des commodités. Celle-ci reste cependant modeste en-dehors des plus grandes villes, et les plus petites localités ne sont touchées que superficiellement.

3.1. La diversification des spécialisations marchandes : le cas de Nancy

3.1.1. Une approche « sémantique » des activités de la population marchande

Notre étude s'est efforcée jusqu'ici d'établir la densité des appareils commerciaux des différentes localités. Nous nous proposons maintenant d'étudier les spécialités marchandes qui y étaient représentées et leur évolution au fil du siècle. Une approche de ce type a été tentée pour Caen au XVIII^e siècle par Jean-Claude Perrot, qui a étudié les transformations des activités productives et commerciales entre les années 1670 et les années 1790 par le biais de l'évolution des dénominations professionnelles. Entre les deux dates, attention a été prêtée à plusieurs phénomènes : 1) la disparition de termes désignant des professions ; 2) l'apparition de termes ; 3) la permanence de termes sur toute la période ; 4) l'apparition suivie de la disparition de termes ; 5) l'éventuelle mention de doublets d'activités, les acteurs couplant leur commerce avec une autre activité. Au terme de son étude, Perrot arrive à la conclusion que les spécialisations productives sont restées assez largement les mêmes tout au long du siècle – signe de la stagnation globale des techniques de production –, tandis que les changements étaient nettement plus marqués dans la sphère des services, où beaucoup de professions nouvelles apparurent. Parmi les secteurs les plus dynamiques, marqués par l'émergence de spécialités nouvelles, on trouve notamment l'enseignement, le commerce et la médecine – ce qui reflète la poussée des échanges, la circulation des idées et les progrès de l'hygiène qui marquent le XVIII^e siècle français²⁶⁰. Sur le modèle de cette étude pionnière, nous allons dénombrer les spécialisations marchandes, en vue de faire apparaître les branches du commerce où les transformations se font le plus sentir.

Il va de soi qu'une telle approche ne peut nous fournir que quelques grandes tendances. Etant donné les risques de sous-enregistrement partiel des professions au cours de la confection des rôles d'imposition, nous n'attendons pas de notre étude qu'elle nous livre des proportions fiables de marchands spécialisés dans les appareils commerciaux locaux : il est fort possible que les spécialités marchandes ne soient pas systématiquement relevées – la faute à des collecteurs négligents. Il n'est par ailleurs pas assuré que les innovations dans la sphère commerciale soient immédiatement enregistrées dans les rôles ou dans les autres sources disponibles : l'innovation précède probablement son identification et sa dénomination. Des spécialités commerciales apparaissent pourtant très nettement dans différentes localités dès le début du siècle, ce qui plaiderait plutôt en faveur de la qualité et de la précision des rôles d'imposition. Ceux-ci n'étant cependant pas tenus de manière homogène entre les villes, nous avons à regret renoncé à utiliser les rôles de la subvention d'Epinal ou

²⁵⁹ Dominique MARGAIRAZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, Editions de l'EHESS, 1988, pp. 129-133 ; PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 253-262.

²⁶⁰ « La troisième division rassemble les secteurs où l'innovation des mots l'emporte franchement sur les pertes (...) – agriculture, bâtiment, transport, négoce, hygiène/santé, enseignement/culture, armée – Mettons à part l'agriculture où le changement vient surtout de l'enregistrement plus précis des statuts et l'armée où la diffusion vénéneuse du vocabulaire relève des circonstances politiques de 1792 ; ailleurs, l'évolution du lexique semble nous ouvrir les portes de la nouvelle société qui se bâtit à l'enseigne des Lumières avec ses piliers, l'industrie du bâtiment et l'urbanisme, ses échanges conquérants, son hygiène désormais roborative, son commerce intellectuel amplifié par la propagation du savoir », PERROT, *Genèse d'une ville moderne*, pp. 255-256.

des Ponts et Chaussées de Lunéville, étant donné le manque de précision manifeste de l'enregistrement des professions dans ces deux localités. La qualité de la tenue étant plus uniforme entre les autres lieux, le niveau de sous-enregistrement est sans doute à peu près équivalent : nous pouvons donc tenter des comparaisons entre elles.

Quelques mots enfin sur la constitution des échantillons de marchands étudiés. Il convient en effet de distinguer deux types de spécialisations professionnelles, l'une pouvant renvoyer à un type spécifique de produits (« marchand d'étoffes ») l'autre à une activité artisanale (« marchand boucher », « marchand tanneur »). Dans le second cas, il s'agit vraisemblablement de tanneurs ou de bouchers se distinguant des autres par une maîtrise plus grande de la commercialisation : ils assurent des ventes en plus grandes quantités, et exercent sans doute aussi une fonction de collection des productions locales pour l'exportation. Ils sont à cet égard à rapprocher des marchands-fabricants : leur présence dans une localité est le signe de l'accroissement des échanges à longue distance, et des possibilités de commerce massif hors des localités. Il est donc loisible de les compter parmi les commerçants, étant donnée leur contribution à la polarisation commerciale des territoires.

3.1.2. Un mouvement de diversification des spécialisations tout au long du siècle

A Nancy, le processus de démultiplication des spécialisations commerciales s'étend tout au long du XVIII^e siècle. A des degrés divers, il est patent dans tous les grands domaines d'activité : les matières premières, les denrées alimentaires (l'épicerie exclue), les commodités durables (l'épicerie comprise) et la revente de biens de consommation – notamment des étoffes²⁶¹.

Nombre de spécialités par branche du commerce à Nancy au XVIII ^e siècle	1728	1751	1763	1785
Sans mention de spécialisation	2	5	7	11
Fonctions de coordination commerciale	2		1	1
Biens de consommation	4	11	18	34
Denrées alimentaires	4	8	14	18
Matières premières	3	5	9	6
Revendeurs	2	2	3	4

Notons d'abord que le nombre de termes pour désigner les commerçants sans spécialisation connaît une forte progression. Pour les qualifier, le terme de « marchand » ne suffit manifestement plus, et le nombre de vocables employés s'accroît : les termes de « négociant », de « commerçant » ou de « trafiquant » étant désormais reçus dans la deuxième moitié du siècle, sans que l'on puisse justifier clairement cette diversité. Peut-être est-ce lié à la prolifération du petit commerce, qui incite à trouver de nouveaux termes pour désigner les marchands d'envergure médiocre ? Roland de la Platière indique en outre que le terme de « négociant » permettait à de petits commerçants d'être investis d'un certain prestige. Entre les branches du commerce aux spécialisations identifiées, les rythmes de progression sont très variables, mais tendent à s'accélérer dans la seconde moitié du siècle. L'essor du nombre de spécialisations dans le commerce des matières premières est ainsi le moins marqué. Cela tient

²⁶¹ Dans le cas de Nancy, signe de la place particulière de la ville dans les échanges à l'échelle de la province, on trouve également dès le début du XVIII^e siècle des marchands assurant des fonctions particulières de coordination des échanges – comme des commissionnaires, des changeurs ou des banquiers.

sans doute au fait que la segmentation entre branches y fut plus précoce que dans les autres secteurs. Ce type de négoce repose en effet sur des filières productives spécifiques, celles du bois et du fer notamment, et requiert des connaissances particulières, différentes de celles du commerce des commodités ou des denrées alimentaires. C'est précisément dans ces derniers domaines, en conformité avec ce que l'historiographie suggère, que l'extension des spécialisations est la plus sensible.

Cela reflète indéniablement l'extension de la demande de ces types de marchandises. Ces dynamiques étaient favorisées par la relative aisance à entrer ou sortir de ce commerce : il suffisait en effet d'une mise de fonds modeste pour devenir marchand spécialisé dans un type de biens de consommation courante particulier. Les données reproduites dans le tableau suivant correspondent pour chaque date à la moyenne des cotes d'impositions de chaque type de marchands – la base 100 étant la cote d'imposition moyenne de l'ensemble des commerçants pour chaque date.

Cote moyenne des marchands par branche du commerce à Nancy au XVIIIe siècle	1728	1751	1763	1785
Sans spécification	125,9	174,3	174,2	151,4
Fonctions de coordination commerciale	121,3		424,9	55,3
Biens de consommation	56,2	58,3	62,2	79,3
Denrées alimentaires	71,6	51,1	47,3	38,4
Matières premières	154,6	172,6	220,4	161
Revendeurs	46,4	30,6	31,6	21,8

Les marchands de matières premières sont en moyenne les commerçants les plus importants. Cela s'explique par les contraintes nombreuses auxquelles ce commerce était soumis : le flottage des bois ne peut en effet se faire à toutes les saisons, et le commerce des fers implique une grande capacité de stockage²⁶². De telles activités supposaient donc des mises de fonds importantes, notamment en termes de transport et d'entrepôts – ce qui constitue autant d'obstacles à l'entrée. Ces commerçants étaient suivis de peu par les marchands généralistes. Relevons cependant l'extrême diversité de ces derniers, parmi lesquels on retrouve les plus gros négociants de la province comme de très petits boutiquiers. Les autres acteurs de la distribution des biens étaient quant à eux dans l'ensemble des marchands modestes, voire très modestes. Les revendeurs, mais aussi de plus en plus les marchands de denrées alimentaires, pratiquaient vraisemblablement une économie de la survie, si l'on en juge par le faible niveau de leurs cotes d'imposition. Les marchands de commodités, bien que restant dans l'ensemble des commerçants d'envergure médiocre, voyaient quant à eux leur cote moyenne se renforcer au fil du siècle. Cela tient sans doute à la création de quelques boutiques de grande envergure dans le dernier tiers du siècle, signe de l'existence d'une demande locale importante en biens de consommation – étoffes, parure ou équipements des intérieurs. En somme, cette branche du commerce s'est renforcée au XVIIIe siècle, tant par les volumes d'affaires de ses membres que par ses spécialisations.

Le tableau suivant indique pour chaque date le nombre de spécialités marchandes existant dans chaque sous-branche du commerce des commodités²⁶³.

²⁶² Denis WORONOFF, *L'industrie sidérurgique en France pendant la Révolution et l'Empire*, Paris, Editions de l'EHESS, 1984, p. 433.

²⁶³ HANN et STOBART, "Retailing Revolution in the Eighteenth Century ?", p. 188.

Nombre de spécialisations représentées par branche dans le commerce des commodités	1728	1751	1763	1785
Etoffes	1	2	1	2
Parures et vêtements	0	2	5	12
Équipement des intérieurs	1	0	4	6
Mercerie et petits accessoires	1	5	5	6
Épicerie	1	0	1	4
Autres (dont librairie)	0	2	2	4
Ensemble	4	11	18	34

Selon toute vraisemblance, le nombre de spécialités dans le commerce des étoffes est sous-évalué tout au long du siècle. Les deuxième et troisième parties de ce travail montrent en effet que plus de la moitié des marchands se déclarant sans spécialité lors du dépôt de leurs inventaires de faillite étaient en réalité des marchands d'étoffes : du fait de leur tendance à la sous-déclaration, ils étaient peu représentés dans les rôles d'impositions. Par ailleurs, l'analyse des fonds de boutique des commerçants en tissus suggère un certain nombre de spécialisations selon les types de produits – notamment les toiles, les indiennes ou les lainages - diversité du reste confirmée par l'analyse des rôles des patentes de Lunéville et de Bar-le-Duc menée au chapitre précédent. Cette diversité échappe donc aux rôles d'imposition. Le dynamisme des autres branches du commerce des commodités est quant à lui très marqué et connaît une accélération à partir des années 1750, signe de la diversification croissante de l'offre et des consommations au fil du siècle. C'est cependant dans le domaine de la parure et des vêtements que la progression est la plus forte - avec les vendeurs de boutons, de rubans et les parfumeurs qui apparaissent dans le deuxième tiers du siècle. La « culture des apparences » jouait ainsi un rôle moteur dans l'accroissement et la diversification de la consommation des commodités²⁶⁴.

Ces évolutions et ces rythmes sont-ils concordants avec ceux d'autres régions d'Europe du nord-ouest ? Les points de comparaison extérieurs à la Lorraine sont à vrai dire rares, et l'on est mal renseigné sur l'évolution des spécialités dans d'autres localités. Dans une ville de taille équivalente à Nancy comme Grenoble, l'appareil commercial semble présenter aussi peu de diversité vers 1715 : les seules spécialisations dans le commerce des commodités concernent les merciers et les épiciers – au nombre respectivement de 21 et de 25 pour 163 marchands relevés dans les rôles de la capitation²⁶⁵. En 1789 toutefois, Grenoble voit les spécialités dans le commerce des commodités se diversifier : apparaissent trois bijoutiers et huit quincailliers, qui s'autonomisent au sein du corps de la mercerie – les merciers n'étant plus que 11 – ainsi que 23 marchandes et marchands de modes, pour 227 commerçants²⁶⁶. Le XVIIIe siècle est en définitive tout aussi déterminant dans cette ville qu'à Nancy pour la

²⁶⁴ Daniel ROCHE, *La culture des apparences : une histoire du vêtement, XVII-XVIIIe siècle*, Paris, Seuil, 2007, **PAGE !**

²⁶⁵ René FAVIER, « 'Faiseurs de rien, vendeurs de tout' : les merciers de Grenoble au XVIIIe siècle », in Natacha COQUERY (dir.), *La boutique et la ville. Commerces, commerçants, espaces et clientèles XVIe-XXe siècle*, Tours, Université François-Rabelais, 2000, pp. 99 à 109 (tableau p. 100). A en juger par la suite de l'article, le terme de « mercier » recouvre le même type d'activités à Grenoble qu'en Lorraine : des commerçants d'envergure modeste ou médiocre vendant de tout, y compris de l'épicerie, les étoffes occupant toutefois une place modeste voire nulle dans leurs affaires.

²⁶⁶ FAVIER, « 'Faiseurs de rien, vendeurs de tout' », p. 100.

diffusion des nouvelles spécialités commerciales, et l'économie du vêtement semble là aussi un secteur moteur. Certaines données parcellaires laissent cependant penser que dans les villes de plus grande taille, le mouvement de démultiplication des spécialisations marchandes était bien plus précoce qu'à Nancy. Connaissant pendant la plus grande partie du XVIIIe siècle un déclin économique et une chute de sa population, Anvers passa de 70.000 habitants au début du siècle à un peu moins de 50.000 vers 1750 – ce qui en faisait encore malgré tout une cité deux fois plus peuplée que la capitale des Duchés. Dans cette ville, des spécialisations importantes dans la diffusion de produits-clés de l'essor de la consommation du XVIIIe siècle, comme les marchands de modes ou les marchands de tabac, apparurent dès le dernier tiers du XVIIe siècle, soit avec un bon demi-siècle d'avance sur Nancy²⁶⁷. La diversification des branches commerciales que connut Nancy devrait alors être interprétée comme une dynamique de rattrapage du niveau d'équipement des plus grandes cités d'Europe. Le fait en tout cas qu'au cours du XVIIIe siècle des villes de 20.000 habitants environ aient désormais le gabarit suffisant pour voir se développer des spécialisations commerciales pointues dans le secteur des commodités est le signe de l'accroissement de la demande agrégée en ce type de produits. Celle-ci serait vraiment notable si de telles dynamiques se retrouvaient dans des localités de plus petite taille encore.

3.2. La diversification des spécialisations est-elle perceptible ailleurs ?

Le mouvement de diversification des spécialisations marchandes est très marqué à Nancy, tout particulièrement dans le domaine des commodités. Nancy avait en fait dépassé les 20.000 habitants dès les années 1740, et servait de résidence à nombre d'aristocrates de la province : à ce titre, elle constituait par sa taille et la richesse de certaines couches de sa population un marché suffisant au développement de nombreuses spécialisations commerciales. Il en allait vraisemblablement de même de villes comme Bar-le-Duc ou Lunéville, peuplées de 10.000 habitants environ, dont on a vu au chapitre précédent la diversité des branches commerciales à la fin du siècle. Les autres villes de Lorraine centrale et méridionale étaient bien plus modestes, tant par leur niveau de population que par la richesse de leurs habitants. La plus peuplée de l'échantillon étudié était ainsi Mirecourt, avec près de 5.000 habitants en 1790. Malgré la présence de marchands-magasiniers parmi ses commerçants et l'existence d'un siège bailliager, sa richesse n'était toutefois pas comparable à celle de Nancy, Bar-le-Duc ou Lunéville.

Si le mouvement de diversification des spécialités commerciales se retrouve dans ces localités, cela montrerait que l'accroissement du nombre de qualités disponibles en matière de commodités et la diversification de la demande furent très importants au XVIIIe siècle – suffisamment puissants pour toucher des marchés urbains aux dimensions modestes. Cette étude, menée là encore à partir des rôles d'impositions, laisse apparaître au fil du siècle une tendance à la progression du nombre de spécialités marchandes dans le commerce des commodités - qui doit cependant être nuancée, du fait du faible nombre de spécialités présentes dans les petites villes.

3.2.1. La diversification du commerce des commodités dans les petites villes

Le nombre de spécialités dans le commerce des commodités était nettement plus faible dans les petites villes qu'à Nancy, Bar-le-Duc ou Lunéville, y compris à la fin du siècle. Les tableaux suivants synthétisent nos données.

²⁶⁷ BLONDE et VAN DAMME, "Retail growth and consumer changes in a declining urban economy", pp. 646-650.

Nombre de branches dans le commerce des commodités	Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1738	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1790
Remiremont		1			1			4
Bruyères	1	1	1	2	3	5	1	1
Mirecourt		1	4	4	3	8	8	7
Rosières-aux-Salines			3		3		6	3
Raon-l'Etape		1	2		1	3	2	4
Châtel-sur-Moselle	1	1		4	4	2	1	1
Bains-les-Bains			1	1	0	0	0	3
Haroué		1	1	2	1	1	2	1
Darney	0			1	1	2		

Evolution sur le siècle (pente des droites de régression)	Ensemble de la période	Première moitié du siècle	Seconde moitié du siècle
Remiremont	0,50	0,00	1,00
Bruyères	0,16	0,50	-1,00
Mirecourt	1,07	0,60	1,20
Rosières-aux-Salines	0,25	0,00	0,21
Raon-l'Etape	0,37	-0,07	0,80
Châtel-sur-Moselle	0,00	0,90	-1,00
Bains-les-Bains	0,20	-0,50	0,90
Haroué	0,04	0,10	0,10
Darney		0,36	

La démultiplication des dénominations marchandes est surtout sensible à Mirecourt et Remiremont, c'est-à-dire dans les deux localités les plus peuplées de l'échantillon – près de 5.000 habitants dans la première et de 3.500 dans la seconde en 1790. Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, une forte population rend possible, par l'envergure du marché qu'elle constitue, l'existence de nombreuses branches commerciales. Dans les villes plus modestes et les bourgs, la tendance à la spécialisation commerciale est encore moins marquée. Cela tient là encore à la médiocrité de la demande intégrée en matière d'accessoires de parure ou d'accessoires d'intérieur. La seule petite localité à connaître une diversification marquée de ses branches commerciales est Bains, qui bénéficie à la fois de l'installation d'une manufacture de fer-blanc en 1762 et de l'essor des activités balnéaires à partir des années 1770. Les besoins des ouvriers de la manufacture, mais peut-être surtout la fréquentation du bourg par des consommateurs aisés y ont favorisé l'essor de la consommation : on y trouve ainsi dans les années 1780 des marchands-drapiers ou des épiciers. Dans ce cas cependant, la poussée des spécialisations est moins imputable à des dynamiques communes aux espaces lorrains qu'aux transformations rapides de l'activité économique de la localité.

L'étude des dénominations marchandes laisse apparaître un certain accroissement séculaire du nombre de termes servant à qualifier les commerçants en commodités, bien que ce mouvement soit moins net qu'à Nancy. La promotion de marchands de commodités spécialisés est plus tardive et plus discrète que dans la capitale ducale, mais participe néanmoins d'un même mouvement. C'est entre 1750 et 1789 que le nombre de spécialisations dans les biens de consommation se développe : alors qu'au début du siècle on ne trouvait dans cette branche que des merciers, Remiremont compte à la veille de la Révolution un marchand-chapelier, des fripiers et des marchands de modes. Comme à Nancy mais avec un certain retard, l'économie du vêtement et son essor conduit à l'émergence de nouvelles spécialités marchandes. Le tableau suivant indique le nombre de villes et de bourgs de notre échantillon dans lesquelles des marchands de commodités apparaissent. Pour faciliter les comparaisons, nous avons repris les catégories employées pour l'étude de l'évolution des spécialités à Nancy.

Proportion des localités où les spécialités sont représentées	1715	1750	1789
Etoffes	0,11	0,22	0,13
Parures et vêtements	0,00	0,22	0,25
Equipement des intérieurs	0,00	0,22	0,13
Mercerie et petits accessoires	1,00	0,89	0,88
Épicerie	0,00	0,11	0,38
Autres (dont librairie)	0,00	0,00	0,13
Nombre de localités	9	9	8

La seule spécialité commerciale véritablement ubiquiste sur le siècle est la mercerie – qui consiste à vendre toute sorte de petits accessoires, voire de l'épicerie. La présence de ces commerçants semi-spécialisés reflète ainsi l'existence d'une demande non négligeable en petits accessoires de vêtement et d'équipement intérieur, voire en épicerie – à un niveau cependant trop limité pour générer des spécialisations intégrales²⁶⁸. Si les purs marchands d'étoffes sont peu représentés, sans doute pour les raisons de sous-enregistrement évoquées à propos du cas nancéien, les accessoires de parure, l'épicerie, l'équipement des intérieurs et la librairie font leur apparition. L'expansion est sensible pour l'épicerie et les accessoires de parure : elle se traduit d'ailleurs par l'augmentation du nombre de spécialités dans les localités où ces branches sont représentées.

²⁶⁸ L'analyse des inventaires de faillite menée en deuxième partie le montre.

Nombre moyen de spécialités dans les localités où les branches sont représentées	1715	1750	1789
Etoffes	1,0	1,0	1,0
Parures et vêtements	0,0	1,0	2,0
Equipement des intérieurs	0,0	1,0	1,0
Mercerie et petits accessoires	1,1	1,1	1,4
Epicerie	0,0	1,0	1,3
Autres (dont librairie)	0,0	0,0	2,0

L'extension des spécialisations commerciales est cependant très limitée géographiquement, et elle est en définitive surtout portée par deux localités assez peuplées – autour de 4.000 habitants en 1790 – et riches, Mirecourt et Remiremont. Cette progression est moins rapide et moins profonde que celle observée dans le nord-ouest de l'Angleterre au XVIIIe siècle. Les merciers y sont certes tout autant et aussi précocement répandus qu'en Lorraine, mais l'équipement des localités en spécialistes des accessoires de parure et en épiciers est nettement plus fort : sur 33 localités, bourgs et villes, on en trouve respectivement dans les trois quarts et les neuf dixièmes, contre un quart et trois cinquièmes²⁶⁹. Même en excluant de l'échantillon de Hann et Stobart les 12 localités les plus peuplées – à la population plus élevée que celle des localités lorraines ici étudiées -, on trouve des vendeurs d'accessoires dans les trois cinquièmes des villes et des bourgs, et des épiciers encore dans les neuf dixièmes. Le mouvement de spécialisation des marchands dans les petites villes et les gros bourgs était donc à la fin du siècle vraisemblablement moins avancé en Lorraine qu'en Angleterre.

En définitive, on assiste à une tendance à la diversification des branches du commerce des commodités présentes dans les petites villes, mais qui porte sur des effectifs très faibles : même dans les plus grosses des localités étudiées, les spécialités représentées se comptent à la fin du siècle sur les doigts d'une main. S'ajoute à cela le fait que seules quelques spécialités sont vraiment stables, un certain nombre d'entre elles ne faisant en réalité qu'une apparition fugace.

3.2.2. Des spécialisations marchandes peu stables dans le temps

Dans notre échantillon de petites villes, la mieux dotée en spécialités dans le commerce de commodités est dès les années 1730 Mirecourt. L'étude des spécialités représentées dans la ville laisse apparaître quatre branches stables – la mercerie, la librairie, le commerce des violons et celui des dentelles – quand les autres branches font souvent des apparitions fugaces au fil du temps. Le tableau suivant fait apparaître en caractères gras les spécialités apparaissant au moins quatre fois, et qui sont donc les plus stables sur le siècle, et celles qui apparaissent au moins deux fois, et qui cherchent à satisfaire une demande agrégée dans une branche de consommation suffisamment forte.

²⁶⁹ HANN et STOBART, "Retailing Revolution in the Eighteenth Century ?", p. 188.

		1715	1725	1738	1750	1763	1775	1790
Branches du commerce des commodités représentées à Mirecourt au XVIIIe siècle		Mercier	Libraire	Libraire	Marchand chapelier	Libraire	<i>Débitant de tabac</i>	<i>Débitant de tabac</i>
			Marchand savoyard	<i>Marchand drapier</i>	<i>Marchand de boîtes de sapin</i>	Marchand chandelier	Fleuriste	<i>Marchand cirier</i>
			Mercier	Mercier	Marchand de violons	<i>Marchand cirier</i>	Libraire	Marchand de dentelles
			<i>Vendeur de verre</i>	<i>Vendeur de verres</i>		Marchand de dentelles	<i>Marchand cirier</i>	<i>Marchand de modes</i>
						Marchand de violons	Marchand de dentelles	Marchand de violons
						Marchand droguiste	<i>Marchand de modes</i>	Marchand libraire
						Mercier	Marchand de violons	Marchand tonnelier
						<i>Vendeur de boîtes de sapin</i>	<i>Marchand drapier</i>	
		Evolution du nombre de branches	Maintien		1	3	0	2
	Disparition		0	1	4	1	4	2
	Apparition		3	1	3	6	4	1

Parmi ces spécialisations, deux correspondent à des productions locales : la lutherie et la dentelle. Les commerçants concernés étaient donc vraisemblablement des marchands exportateurs, s'approvisionnant auprès des artisans locaux. En dehors de la mercerie, spécialisation ubiquiste, et de la librairie, peu surprenante dans une petite ville siège de bailliage où résidait une bourgeoisie lettrée, les spécialisations étaient rares. Les vendeurs de verre et de boîtes de sapins ainsi que les fleuristes étaient de très petits marchands ; les marchands chandeliers et droguistes étaient vraisemblablement à rapprocher des droguistes.

Ces dernières spécialisations sont à classer dans le tout petit commerce, activités sans doute de survie pour bien des opérateurs. Il s'agit vraisemblablement pour ces marchands de répondre à des demandes locales très particularisées, et de s'y adapter au mieux de ses facultés financières et de ses capacités commerciales. Quoi qu'il en soit, dans toutes les villes, les marchands spécialisés de biens de consommation étaient d'envergure modeste si on les compare à l'ensemble des marchands. Le tableau suivant représente les cotes relatives des commerçants en commodité, la référence en base 100 étant la cote moyenne de l'ensemble des marchands pour l'année considérée.

Niveau d'imposition relatif des commerçants en commodités	Vers 1700	Vers 1715	Vers 1725	Vers 1738	Vers 1750	Vers 1763	Vers 1775	Vers 1790
Remiremont		52,9			38,2			50,4
Bruyères	29,5	39,7	35,7	80,3	64,6	102,6	86,2	42,0
Mirecourt		34,7	30,9	24,9	53,0	59,4	73,5	88,5
Rosières-aux-Salines			85,8		102,4		76,0	64,6
Raon-l'Etape		14,5	104,7		17,8	54,4	59,9	45,7
Châtel-sur-Moselle	38,4	97,7		72,7	63,5	51,8	75,9	84,5
Bains-les-Bains			80,0	100,0				52,4
Haroué		84,1	97,5	73,0	89,5	66,7	100,0	60,2
Darney				55,4	49,8	26,2		

Les marchands spécialisés dans un type spécifique de commodités étaient en moyenne deux fois moins riches que l'ensemble des commerçants. Les activités de cette nature étaient probablement choisies par les marchands disposant des moyens les plus faibles : même avec une mise de fonds limitée, ils pouvaient en effet proposer une gamme étendue de produits. Lorsque la mise de fonds était faible, il était par ailleurs assez aisé de sortir de ces activités - ce qui explique le caractère « météoritique » d'un certain nombre de spécialités très pointues. La démultiplication des spécialisations marchandes, fût-elle temporaire, reflète quoi qu'il en soit la diversification de l'offre en commodités au fil du siècle : à en juger cependant par le faible nombre de spécialisations apparaissant dans les petites villes, il semblerait qu'elle ait été principalement portée par des boutiques semi-spécialisées et assez généralistes – marchands d'étoffes, merciers ou épiciers.

Structures et mode de fonctionnement de l'appareil commercial lorrain

Les marchands-magasiniers et le commerce lorrain : l'intégration du commerce lorrain dans les circuits d'échanges interrégionaux

La position de la Lorraine dans le commerce européen au XVIII^e siècle était assez marginale : elle ne constituait pas un marché de consommation considérable, et n'était pas une plaque tournante des échanges entre la France et les espaces germaniques – malgré les souhaits des négociants de Nancy ou de Metz. Soutenus en cela par les administrateurs locaux, ces derniers comptaient faire de ces deux villes des pôles de coordination interrégionale des flux de marchandises grâce au commerce de commission ou d'expédition²⁷⁰. Ces activités assuraient à vrai dire déjà la prospérité d'un nombre important de commerçants, qu'ils aient été commissionnaires de vente sur les foires d'Allemagne pour des marchands français, ou bien animateurs du commerce de contrebande – celle des indiennes fut ainsi très active jusque dans les années 1760²⁷¹. Le poids de ces activités, qu'il ne saurait s'agir de négliger, ne permettait cependant pas d'infléchir profondément les principaux flux de marchandises ou de capitaux en direction de la Lorraine²⁷².

La charge d'importer les commodités en Lorraine incombait dans une large mesure à un groupe assez étendu de grossistes, que l'usage local qualifiait de « marchands-magasiniers ». Seuls les détaillants modestes avaient en réalité fréquemment recours à leurs services, les plus solides boutiquiers assurant eux-mêmes leurs approvisionnements extérieurs. En vérité, hormis pour quelques grands opérateurs, l'insertion des importateurs lorrains dans les circulations interrégionales de marchandises était malaisée. A cet égard, les correspondances entre les marchands étrangers et les commerçants importateurs lorrains sont assez éloquents : il leur était souvent difficile de trouver des voitures en droiture pour la Lorraine, notamment au départ de Lyon, et les marchandises ne pouvaient être acheminées que par des itinéraires indirects souvent complexes. Les difficultés étaient du même ordre pour les flux financiers : en l'absence d'un pôle bancaire autochtone important, les marchands lorrains devaient recourir aux services de marchands ou de banquiers parisiens pour assurer leurs paiements à l'étranger. Du fait des spécificités de la balance régionale des paiements, ils devaient en outre, pour effectuer leurs remises à Paris, largement s'en remettre aux négociants juifs de Metz ou à l'appareil administratif et financier de la monarchie française - ce qui occasionnait des surcoûts non négligeables.

En nous appuyant sur les fonds de plusieurs marchands importateurs, nous nous efforçons ici de prendre la mesure de ces difficultés pratiques²⁷³. En montrant comment ils les

²⁷⁰ François-Yves LE MOIGNE, « Les préoccupations économiques de l'académie de Metz 1760/1789 », *Annales de l'Est*, 1967-1, pp. 3-28 ; Id., « Plaidoyer pour le commerce messin (1772) », *Bulletin de la Société Lorraine des Etudes locales dans l'enseignement public*, 1967-1, pp. 1-18.

²⁷¹ Marie-José FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, mémoire de maîtrise en histoire, Université Nancy II, 1970 ; Julien VILLAIN, « Privilèges douaniers et profits marchands. Le cas de la Lorraine et des Trois-Evêchés, provinces de 'l'étranger effectif' 1718-1791 », dans *Die Ökonomie des Privilegs. Westeuropa 16.-19. Jh./L'économie du privilège, Europe occidentale XVIe-XIXe siècles*, Francfort-sur-le-Main, Vittorio Klostermann, 2015

²⁷² VILLAIN, « Privilèges douaniers et profits marchands »

²⁷³ Nous utilisons tout particulièrement dans ce chapitre les comptes et correspondances de trois marchands : Anne Barlet, Veuve Navière, marchande-magasinier de Nancy, qui vendait essentiellement des étoffes et des accessoires de vêtements en provenance de Suisse et des espaces germaniques, active dans les années 1750 et 1760 ; Germain Empereur, marchand-drapier de Pont-à-Mousson, pratiquant aussi bien le commerce de gros que le commerce de détail, vendeur d'étoffes de toutes provenances actif des années 1720 aux années 1760 ; Jean

surmontaient, il s'agit de mettre en évidence leur rôle de coordination commerciale – qui consistait dans une large mesure à effectuer des arbitrages en vue de minimiser le coût des contraintes spatiales et temporelles. Pour ce faire, les marchands devaient largement recourir à des circuits interpersonnels leur offrant un accès privilégié à l'information, aux marchandises, aux moyens de transport voire aux moyens de paiement. Avant toutefois d'entreprendre cette étude, il nous faut présenter les espaces impliqués dans le commerce d'importation des marchands lorrains. Nous nous appuyons pour ce faire sur les données que nous fournissent les bilans de faillite de plusieurs marchands-magasiniers des années 1740 et 1750.

1. Ségrégation et stabilité des aires d'approvisionnement

Entre les années 1720 et la Révolution, les aires d'approvisionnement des marchands-magasiniers et des détaillants lorrains connurent une grande stabilité. Cela témoigne du maintien, tout au long du siècle, d'un même modèle régional de consommation, tourné vers les mêmes types de produits²⁷⁴. Ces espaces manufacturiers s'efforçaient cependant de renouveler périodiquement les qualités de produits proposées, en vue de satisfaire une demande aux goûts changeants.

1.1. Les grandes aires d'approvisionnement

Quand bien même leurs données seraient sujettes à caution, les tableaux du commerce extérieur des années 1740 et les écrits de polémique douanière étudiés dans la partie précédente nous éclairent sur le poids global de chacune des grandes directions d'approvisionnement de la province et sur la nature des marchandises qu'elles lui font parvenir. Nous tâchons simplement ici de compléter et de nuancer ce tableau en présentant les espaces productifs en relation avec la Lorraine, puis en montrant le rôle majeur d'intermédiation que jouaient les négociants francfortois, lyonnais et champenois entre ces espaces et la Lorraine. Nous nous appuyons pour cela sur les inventaires de faillite déposés par les grossistes en commodités à la justice consulaire de Nancy.

1.1.1. Les places de commerce en relation avec la Lorraine

L'usage des relevés de dettes passives

Les relevés de dettes passives des marchands importateurs, insérés dans leurs inventaires de faillite, fournissent une grande quantité d'informations exploitables dans une perspective de géographie commerciale. Nous n'en attendons évidemment pas d'indications précises sur le poids relatif des grandes directions du commerce lorrain : il faudrait pour cela disposer d'un échantillon suffisamment bien calibré pour être représentatif du milieu marchand de la province dans sa diversité. Sur ce point, nous devons nous contenter des quelques enquêtes douanières disponibles, quelles qu'en soient les lacunes. Nous cherchons en fait plus modestement à mettre en évidence grâce aux bilans de faillite, à l'intérieur de chaque grande direction géographique, les principales places de commerce en relation avec la Lorraine. Loin de l'exactitude statistique, nous souhaitons déterminer l'étendue spatiale effective des aires d'approvisionnement et établir la hiérarchie des pôles commerciaux traitant

Chausson, grossiste en épicerie de Nancy actif dans les années 1750, qui s'approvisionnait aussi bien aux Provinces-Unis qu'en France.

²⁷⁴ Jean-Yves GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime : un monde de l'échange et de l'incertitude*, Paris, Albin Michel, 1996

avec la Lorraine. Si le rôle majeur de Francfort, de Lyon ou de Paris ne fait guère de doute, il importe de mettre en lumière les échelons intermédiaires de la hiérarchie, et de préciser les relations que les places secondaires entretenaient avec les places principales.

L'utilisation des inventaires de faillite pour cartographier les relations commerciales d'une ville ou d'un territoire ne va cependant pas de soi, et pose des problèmes méthodologiques considérables. Comme le souligne Maurice Garden dans son étude sur les espaces commerciaux lyonnais dans les années 1760, les inventaires recensent des stocks et non des flux : on ne peut savoir si une créance forte correspond à un achat massif mais ponctuel chez un marchand, ou à des relations fréquentes avec lui²⁷⁵. De même, un compte tout juste soldé n'apparaît pas dans l'inventaire des dettes, quand bien même les relations avec le marchand concerné seraient fortes. Corrélativement, les inventaires surreprésentent les créances passives en souffrance. Ces limites sont bien réelles, mais les difficultés qu'elles posent se dissipent par effet de masse : la présence de créances de nombreux marchands d'une localité particulière dans un grand nombre de relevés de dettes passives témoigne ainsi de son poids important dans les relations avec la Lorraine.

Nous utilisons ici les données tirées de douze inventaires de faillite, dont quatre de négociants de Lunéville et huit de commerçants nancéiens²⁷⁶. Bien que les marchands ici représentés appartiennent tous à l'élite commerçante des deux villes, la représentativité de cet échantillon est discutable²⁷⁷. Les marchands-magasiniers n'étaient pas en effet des importateurs de marchandises indifférenciées, mais étaient au contraire spécialisés dans des branches particulières. Même si cette question est abordée plus en détail dans le chapitre suivant, nous pouvons d'ores et déjà retenir qu'il en existait deux principales : des grossistes importateurs d'étoffes, d'accessoires de parure et de mercerie, qui se distinguaient des marchands d'épicerie et de denrées coloniales. Notre échantillon ne compte que des représentants de la première branche : seuls les associés Gérard et Toustain faisaient commerce de denrées coloniales, pour des montants d'ailleurs relativement modestes. Les résultats et observations que nous livrons ici doivent donc être pris avec prudence. Il apparaît en effet à l'analyse – nous y reviendrons – que le commerce d'épicerie s'appuyait sur des filières et des espaces spécifiques, impliquant la Hollande, les ports de l'Atlantique français et la Provence. Le poids d'Amsterdam est ainsi fortement minoré dans les résultats que nous produisons ici, tandis que Nantes et Marseille sont absents. Les denrées coloniales ne représentant que 10 à 15 % des importations lorraines vers 1750, le tableau présenté ici n'est pas totalement biaisé, et est à vrai dire parfaitement recevable pour le commerce des étoffes.

Nous avons pris le parti d'évaluer le poids des différentes places de commerce à partir du montant global des dettes passives des marchands. Pour éviter que les fortes relations d'un marchand avec une place particulière ne faussent l'ensemble des résultats, nous avons pondéré le total des créances des marchands de chacune des places en relation avec la Lorraine par le nombre de marchands lorrains en relation avec celle-ci²⁷⁸. A défaut de précision, une telle méthode présente l'intérêt de faire ressortir les places de commerce avec lesquelles les relations des marchands lorrains sont les plus intenses – quand une simple

²⁷⁵ Maurice GARDEN, « Aires du commerce lyonnais au XVIII^e siècle », in Pierre LEON (dir.), *Aires et structures du commerce français au XVIII^e siècle*, Paris, CNRS, 1973, pp. 265-300.

²⁷⁶ Parmi eux, Jean-Baptiste Courtois et Gérard, apparaissent deux fois à plusieurs années d'intervalle

²⁷⁷ Le relevé de 1744 (AD 54, 49 B 6), dressé par le corps des marchands pour demander une exemption de milice pour les fils et principaux commis, dénombre 53 négociants d'envergure à Nancy, sans préciser cependant s'il s'agit de marchands-magasiniers ou de détaillants de grande envergure. Celui de 1757 en relève 47.

²⁷⁸ Ainsi, si une place totalise 10.000 liv. de créances sur la Lorraine dans notre échantillon, mais que seuls trois marchands de l'échantillon sur 12 sont en relation avec elle, le poids de cette place sera ramené à $(10.000 * 3)/12 = 2.500$ liv. ; si tous les marchands sont en relation avec elle, le poids de la place sera compté pour $(10.000 * 12)/12 = 10.000$ liv.

addition des montants risquerait de survaloriser les directions spécifiques aux affaires de marchands particuliers. Une telle approximation est acceptable, dans la mesure où nous ne cherchons qu'à établir la hiérarchie des places de commerce en relation avec la Lorraine. Le montant des créances ne reflète cependant pas forcément le niveau réel des relations entre les marchands : certains produits comme les draps de Sedan ou de Louviers sont en effet très chers, et le fort niveau des créances risque de surestimer les relations effectives entre les marchands lorrains et les espaces productifs qui les mettent à disposition. Pour limiter cet effet-prix dans l'établissement de notre cartographie commerciale, nous avons fait le choix d'accompagner l'approche présentée ci-dessus d'un décompte du nombre de relations entretenues par les marchands lorrains avec les places commerciales extérieures. Pour éviter que les relations particulières d'un marchand ne viennent fausser les résultats, nous avons également procédé à une pondération du nombre de relations sur chaque place de commerce par le nombre de marchands lorrains impliqués. De cette double approche, on peut tirer un tableau hiérarchisé des places de commerce en relation avec la Lorraine.

Un premier enseignement : diversité et segmentation des espaces d'approvisionnement

Les localités étudiées peuvent être regroupées en plusieurs grandes régions, chacune d'elles étant caractérisée par un ou plusieurs types de productions et étant polarisée par une ou plusieurs grandes places. Une part importante des exportations passait par ces quelques grandes places, qui faisaient également fonction de places financières, où se faisaient les paiements.

Au sein des espaces de langue allemande, on note une distinction forte entre l'intérieur du Saint-Empire et les espaces alémaniques. Les seconds correspondent à la Suisse du nord, auxquels se joint l'Alsace : centrés autour de Zurich et Bâle, ces territoires sont largement tournés vers la production cotonnière et la passementerie. L'Alsace entretient des relations économiques très étroites avec la Suisse, dont les marchands-fabricants investissent dans les manufactures de coton. L'intérieur du Saint-Empire est constitué de d'espaces productifs très différenciés : du point de vue du commerce avec la Lorraine, son unité découle du poids écrasant de Francfort et de ses marchands. L'importance de la ville tenait également à ses foires, qui rassemblaient des commerçants de toute l'Allemagne : de fait, les affaires entre commerçants lorrains et marchands allemands étaient généralement conclues aux foires de printemps ou de septembre. Etant donné la forte différenciation des espaces productifs et la diversité des canaux d'acheminement vers la Lorraine, il n'est pas pertinent de rassembler tous les territoires du Royaume sous une catégorie unifiée. Dans les espaces français, les fournisseurs se répartissent ainsi entre trois grands ensembles géographiques. Dans la France du sud, Lyon, ville de fabriques de soie, fait également fonction de pôle de collecte et de réexportation des productions lainières du Languedoc. Le centre et l'ouest de la France sont producteurs d'étoffes de laine ou de coton et, dans le cas parisien, d'accessoires : pour tous ces espaces, Paris fait en outre fonction de place de paiement et de coordination des acheminements. La France du nord-est enfin, avec les manufactures de laine de Champagne et de Sedan, fournit de nombreuses marchandises à la Lorraine. Bien que tributaires de Paris d'un point de vue financier, Reims et Troyes jouent un rôle majeur de places de collecte et de réexpédition à destination du marché lorrain.

Importance relative des directions d'approvisionnement des marchands-magasiniers (en niveau des créances)	Bourotte	Claudel	Courtois 1	Courtois 1754	Deschamps	Gérard 1739	Gérard et Toustain	Henry	Muet	Knops	Mazerand	Vétier	Moyenne pondérée
France du Nord-est	13,9	50,1	10,6	3,7	0,0	11,5	28,4	5,9	3,2	0,0	11,7	30,8	12,8
Paris et France de l'Ouest	51,2	8,9	3,4	0,4	7,9	15,9	20,1	10,4	1,1	1,8	6,7	0,0	18,0
Lyon et France du Sud	20,9	24,3	11,8	7,4	23,7	0,7	5,1	2,7	28,1	5,4	9,4	57,1	12,0
Saint-Empire	0,7	2,2	2,4	1,7	19,8	41,7	15,0	42,8	22,0	29,7	44,4	10,7	18,8
Espaces alémaniques	8,9	0,0	14,5	8,1	25,0	29,1	20,4	21,0	19,4	29,1	0,7	1,4	15,6
Pays-Bas et Hollande	0,0	0,0	5,8	3,3	0,0	0,2	9,1	0,0	0,0	1,9	0,8	0,0	2,3
Espaces lorrains	3,6	6,8	51,6	75,5	11,9	0,0	1,7	6,6	14,1	32,1	13,8	0,0	17,2
Pas identifié	0,8	7,7	0,0	0,0	11,7	0,9	0,0	10,5	12,2	0,0	12,5	0,0	3,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Importance relative des directions d'approvisionnement des marchands-magasiniers (en nombre de relations)	Bourotte	Claudel	Courtois 1	Courtois 1754	Deschamps	Gérard 1739	Gérard et Toustain	Henry	Muet	Knops	Mazerand	Vétier	Moyenne pondérée
France du Nord-est	18,8	41,9	14,0	11,3	0,0	7,2	18,4	10,0	3,3	1,1	13,0	42,9	13,8
Paris et France de l'Ouest	34,8	6,5	14,0	3,8	17,4	29,0	27,6	5,6	3,3	4,3	9,3	14,3	17,8
Lyon et France du Sud	17,4	12,9	26,3	15,1	21,7	4,3	5,1	1,1	16,7	10,9	13,0	28,6	12,9
Saint-Empire	1,4	6,5	7,0	3,8	19,6	37,7	20,3	33,3	20,0	31,5	50,0	7,1	19,8
Espaces alémaniques	10,1	0,0	17,5	15,1	23,9	18,8	14,3	27,8	33,3	37,0	1,9	7,1	17,3
Pays-Bas et Hollande	0,0	0,0	1,8	3,8	0,0	1,4	2,0	0,0	0,0	3,3	1,9	0,0	1,4
Espaces lorrains	15,9	19,4	19,3	47,2	10,9	0,0	12,2	8,9	16,7	12,0	5,6	0,0	14,0
Pas identifié	1,4	12,9	0,0	0,0	6,5	1,4	0,0	13,3	6,7	0,0	5,6	0,0	3,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Les données pointent tout d'abord la place modeste des espaces lorrains dans les créances des marchands, à l'exception de Knops et de Courtois. Ces sommes consistent surtout chez eux en des dettes envers des banquiers de Nancy, sans doute pour fourniture d'effets, et en des dettes hypothécaires – certainement des emprunts contractés auprès de particuliers en vue de restaurer ses affaires. Les créances en Lorraine reflètent principalement l'importance des banquiers régionaux et du rôle du marché local de l'argent pour le financement des activités commerciales. Les marchands et les producteurs lorrains fournissaient cependant peu de produits aux marchands-magasiniers. Cela tient sans doute

autant au médiocre niveau de la production locale en étoffes et accessoires de qualité moyenne et supérieure, qu'à la préférence bien compréhensible des détaillants de la province pour les circuits courts : leurs achats en Lorraine étaient vraisemblablement effectués directement auprès des producteurs.

A considérer la répartition des créances hors de Lorraine, il apparaît que la diversification géographique des approvisionnements était grande : aucune aire en effet ne l'emportait de manière décisive sur les autres. Cette segmentation de l'espace commercial reflète peut-être les arbitrages auxquels se livraient les marchands lorrains pour constituer leurs stocks : selon les marchands et les campagnes d'achat, la passementerie helvétique pouvait ainsi avoir la préférence sur la lyonnaise, et les draps de Languedoc sur ceux de Champagne. De tels arbitrages ne devaient cependant pas être la norme. Les activités des marchands-magasiniers étaient en effet marquées par une grande spécialisation géographique : quatre marchands se fournissaient très majoritairement en France et quatre principalement dans les espaces germaniques ; ces directions s'équilibraient chez deux d'entre eux seulement. La grande spécialisation des places était sans doute le signe du caractère peu substituable des produits, chacun ayant des caractéristiques propres les faisant rechercher pour eux-mêmes²⁷⁹. Peu d'arbitrages entre places étaient possibles, de ce fait, sauf pour les produits interchangeables – notamment les épices et les indiennes, de plus en plus produites dans les provinces périphériques, voire localement²⁸⁰. Germain Empereur ne s'y livre ainsi que pour quelques objets, d'importance du reste secondaire dans ses affaires. Dans une lettre à Roland de Paris du 26 janvier 1752, il demande des chapeaux de castor pour « en faire une épreuve contre ceux de Lyon que je tire continuellement, sachant que les fabricants de votre ville font beaucoup mieux qu'à Lyon ». De même demande-t-il à Richard et Clément de Strasbourg, le 14 avril 1753 « une quarantaine d'aunes de borderie en or sur certissanne (?) d'un pouce et demi de large. L'on m'a dit que l'on travaillait dans votre ville à la dernière perfection (...) Si cet article me retourne plus avantage que de le tirer de Lyon, je vous prierai de me faire cet achat. » Il est ainsi remarquable qu'il n'ait jamais tenté de telles confrontations pour d'autres produits de plus large débit.

Dans notre échantillon, toutes directions confondues, l'intérieur du Royaume représentait près de la moitié des créances, le Saint-Empire le cinquième et les espaces alémaniques – Suisse et Alsace - le sixième environ. La représentativité de ces chiffres globaux par direction est difficile à estimer, en l'absence de statistiques commerciales fiables. Le tableau des importations dont nous disposons, dressé en 1746, indique en tout cas que la Lorraine était largement ouverte sur les régions voisines, et que les aires d'approvisionnement étaient très segmentées selon les produits.

²⁷⁹ Comme le notait Thomas Le Roux, « l'aire du textile s'étend à la plus grande partie du territoire, quel que soit le district. Bien entendu, les districts du nord de la France s'approvisionnent plus au nord, et ceux du sud au sud. Mais aucun ne néglige l'un ou l'autre : ainsi, alors que les aires des produits de première nécessité se juxtaposent, les aires du textile se superposent. » (Thomas LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France à la fin du XVIIIe siècle : les contrastes économiques régionaux de l'espace français à travers les archives du Maximum*, Paris, Nathan, 1996, p. 162 sqq. Voir en particulier les cartes pages 163-166).

²⁸⁰ Isabelle BERNIER, *Négoce et industrie à Mulhouse au XVIIIe siècle (1696-1798)*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2008 ; Pierre CASPARD, *La Fabrique-Neuve de Cortailod : entreprise et profit pendant la Révolution Industrielle, 1752-1854*, Paris/Fribourg, Publications de la Sorbonne/Éditions Universitaires de Fribourg, 1979.

Provenance des importations en 1746	France	Provinces-Unies	Saint-Empire	Suisse	Ensemble
Etoffes de soie	66,5	0,0	0,0	33,5	418 000
Draperies grosses et menues	28,0	4,1	67,9	0,0	723 500
Etoffes de laine de qualité moyenne ou médiocre	36,1	63,9	0,0	0,0	185 500
Indiennes	0,0	46,6	53,4	0,0	1 030 000
Toiles	0,0	0,0	28,0	72,0	347 000
Gallons d'or et d'argent et étoffes riches	100,0	0,0	0,0	0,0	60 000
Bonneterie	6,3	0,0	93,8	0,0	64 000
"Modes de Paris, rubans et autres merceries et quincailleries"	46,0	0,0	24,0	30,0	250 000
Drogueries et épiceries	5,4	74,8	19,8	0,0	202 500
Huiles et savons	100,0	0,0	0,0	0,0	370 000
Café, amandes et autres fruits	76,9	0,0	3,8	19,2	78 000
Sucres	0,0	77,4	22,6	0,0	310 000
Cires	0,0	0,0	100,0	0,0	75 000
Poissons secs et salés	8,3	83,3	8,3	0,0	120 000
Eaux de vie et vins	100,0	0,0	0,0	0,0	100 000
Laines d'Espagne	100,0	0,0	0,0	0,0	5 000
Cuirs et pelleteries	0,0	0,0	100,0	0,0	100 000
Fers et fontes	100,0	0,0	0,0	0,0	100 000
Acier, plomb et étain	0,0	47,1	52,9	0,0	85 000
Dinanderie et cuivres en feuilles	16,7	0,0	83,3	0,0	120 000
Faux, fers blancs et fils de laiton	0,0	0,0	100,0	0,0	60 000
Livres et papiers fins	40,0	60,0	0,0	0,0	25 000
Ensemble	1 412 500	1 175 000	1 761 000	480 000	4 828 500
Part par direction	29,3	24,3	36,5	9,9	100,0

On distingue trois grandes directions d'importation dans les années 1730 et 1740 : les Provinces Unies ; l'Allemagne rhénane et la Suisse ; la France. Des premières venaient beaucoup de denrées coloniales, tirées en droiture des ports de Hollande. L'Allemagne et la Suisse fournissaient quant à elles beaucoup d'indiennes, d'étoffes de qualité intermédiaire et de quincaillerie, productions de leur crû ou marchandises en provenance d'Europe du Nord revendues par des marchands de ces espaces. Le Royaume de France était enfin fournisseur

d'étoffes de qualité intermédiaire et supérieure, ainsi que d'accessoires de mode. Les espaces de fourniture des marchandises étaient en somme assez nettement ségrégués : la plus grosse partie des marchandises coloniales, sucres, drogues ou toiles peintes, était en provenance de Hollande ou d'Allemagne, où des marchands de Francfort se chargeaient de la réexpédition en Lorraine ; de la même manière, les espaces allemands étaient spécialisés dans les expéditions de bas ou de quincaillerie. La France était par contre seule pourvoyeuse de vins, de cafés, d'huiles et de savons. Même là où la structure des approvisionnements était plus diversifiée géographiquement, on note des spécialisations productives : France et Allemagne se partageaient les draperies ainsi que les autres étoffes de laine (camelots, flanelles, pluches), France et Suisse les étoffes de soie et la passementerie. Comme du reste dans le commerce d'épicerie avec ses modalités propres, la diversité des aires d'approvisionnement répond ainsi sans doute à l'infinie diversité des productions.

1.1.2. Les grandes places en relation avec les commerçants lorrains

Nous avons classé les différentes places de commerce en relation avec la Lorraine selon leur poids dans les affaires des marchands-magasiniers. Pour ce faire, deux listes ont été établies : l'une hiérarchise les localités concernées selon le montant des créances, et l'autre selon le nombre des relations. Ces deux listes ont ensuite été recoupées, de sorte à établir une hiérarchie des places de commerce. Globalement, l'espace commercial lorrain s'organise autour de deux pôles majeurs, Lyon et Francfort, et d'une dizaine de grands pôles productifs et commerciaux, complétés d'une quarantaine de pôles secondaires. Cette typologie vaut cependant surtout pour le commerce des étoffes et des accessoires : celui des épicereries et des denrées coloniales s'ancre dans d'autres espaces et s'appuie sur d'autres places²⁸¹.

La hiérarchie des places de commerce en relation avec la Lorraine

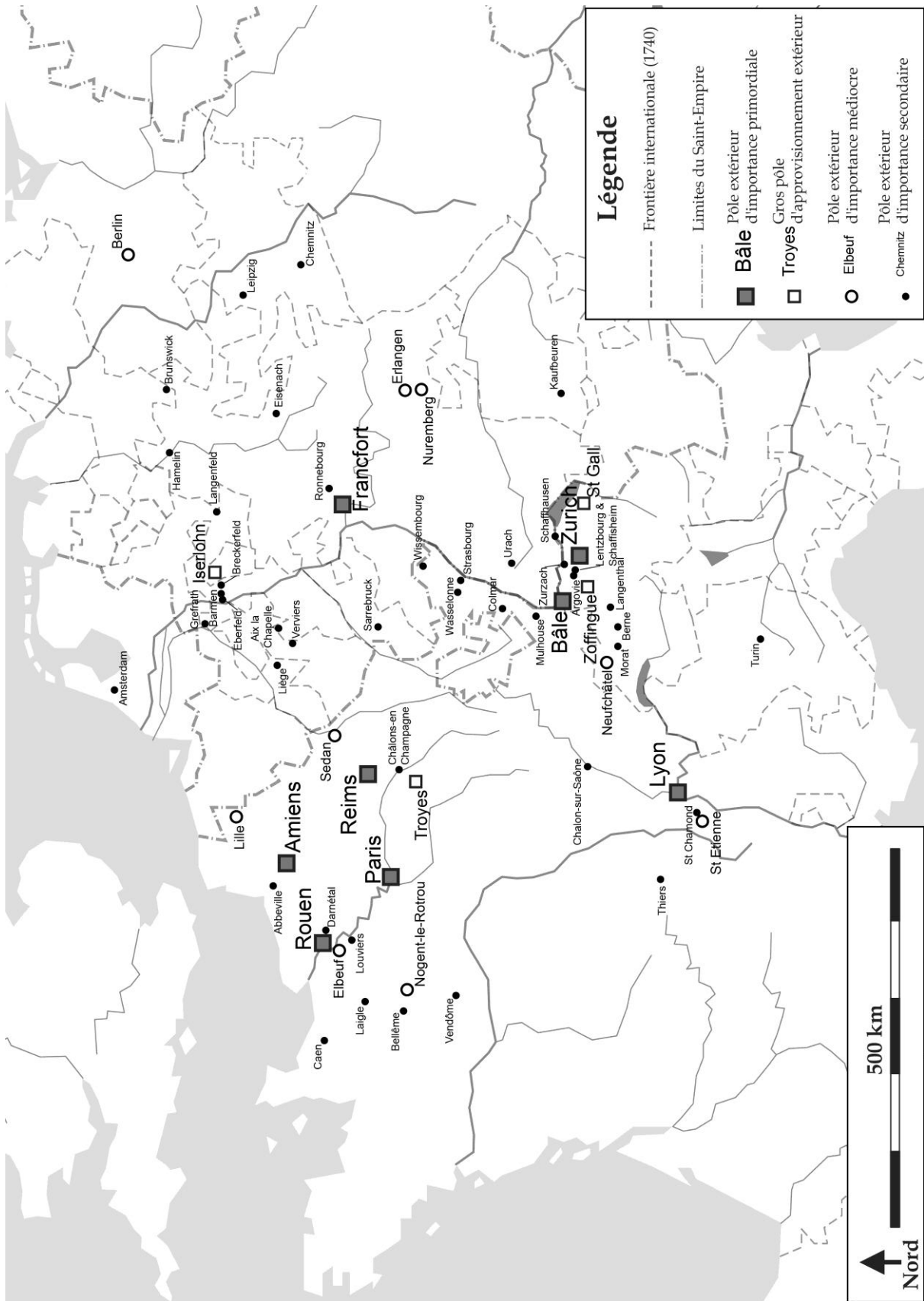
Dans chacune des deux listes, nous avons calculé pour chaque place un coefficient permettant de lui assigner une place dans une hiérarchie²⁸². Nous avons calculé le coefficient moyen, ce qui nous a permis de répartir les localités entre plusieurs catégories : celles dont le coefficient est inférieur à la moyenne, et qui sont donc d'importance médiocre voire marginale ; celles dont le coefficient est supérieur à la moyenne, ce qui est le signe de relations importantes avec les espaces lorrains ; celles dont le coefficient est très supérieur à la moyenne (plus de deux fois). Nous avons ensuite croisé les deux listes, en regroupant les localités selon leur appartenance aux différentes catégories. Nous pouvons tout d'abord isoler deux grands types de localités : celles qui dans les deux listes ont des coefficients supérieurs à la moyenne (dites places supérieures), celles qui dans l'une des deux au moins sont classées en-dessous de la moyenne (dites places inférieures). Au sein de ces deux sous-ensembles, nous avons procédé à d'autres découpages. Parmi les localités supérieures, nous avons distingué celles dont les coefficients étaient dans les deux listes deux fois supérieurs à la moyenne : c'est de toute évidence les principales places de commerce en relation avec les espaces lorrains. Parmi les localités inférieures, nous avons distingué celles qui n'étaient classées inférieures que dans une seule des deux listes. Il s'agit donc de places d'importance médiocre, qui se distinguent des places les plus modestes.

²⁸¹ Pour une description des principales manufactures et des grandes orientations commerciales des différents territoires en relation avec la Lorraine, voir : Jacques SAVARY des BRÛLONS, *Dictionnaire universel de commerce*, Copenhague, 1765, tome V : pour la France, colonnes 13-269 ; pour le Saint-Empire, col. 326-554 ; pour les Provinces-Unies, col. 810-849 ; pour la Suisse, col. 924-927.

²⁸² Les résultats comme le détail des calculs sont présentés en annexe.

Envergure des places	Effectifs
Places supérieures	8
Places importantes	4
Places d'importance médiocre	9
Places d'importance secondaire	44
Ensemble	65

Les marchands dont nous utilisons les fonds étant des grossistes en étoffes, en accessoires et en mercerie, il n'est pas surprenant que la plupart des localités en relation commerciale avec la Lorraine soient des villes de manufactures. Signe de la spécialisation des marchands importateurs, on trouve parmi elles aussi bien des fabriques textiles que des fabriques de mercerie.



L'extension géographique de l'aire commerciale de la Lorraine interpelle à plus d'un titre. Tout d'abord, le nombre de villes de production manufacturière en relation avec les Duchés est important, même si la plupart d'entre elles sont d'importance secondaire : il se peut donc, aussi bien pour la mercerie que pour les textiles et les accessoires de parure, que l'offre de marchandises proposée aux consommateurs ait été très étendue. Ensuite, l'aire d'approvisionnement de la Lorraine est très déséquilibrée spatialement : malgré la forte place des marchandises de France dans les stocks des commerçants étudiés, qui se reflète dans la ventilation spatiale des créances, l'ouest du Royaume est peu représenté, et le sud est absent. Cela contraste avec les espaces germaniques, où les aires d'approvisionnement sont beaucoup plus larges, s'étendant à l'est jusqu'à la Saxe. Le dispositif commercial de la Lorraine s'appuie enfin sur un nombre limité de pôles situés sur les pourtours des Duchés, comme Reims, Zurich, Bâle ou Amiens, ainsi que sur des places commerciales majeures comme Francfort, Lyon ou Paris. Ces dernières exercent dans le commerce lorrain des fonctions plus complexes que les places les plus modestes, étant à la fois villes de manufactures et pôles de redistribution interrégionale des marchandises. Paris constitue cependant une exception, par son rôle financier : nous étudions ces activités dans la dernière section de ce chapitre.

Les fonctions différenciées des places commerciales

L'importance de Francfort et de Lyon dans les affaires des marchands importateurs est soulignée par tous les auteurs de l'époque. Leur fonction commerciale est assez comparable, les négociants de ces deux villes pratiquant à destination de la Lorraine le commerce d'entrepôt et celui de commission – même si à la différence de Francfort, Lyon dispose de manufactures puissantes²⁸³. Une dizaine d'autres places importantes, remplissant des fonctions commerciales similaires, viennent compléter l'organisation de l'espace commercial lorrain : les marchands et fabricants des places secondaires sont ainsi très dépendants d'elles pour faire expédier leurs productions en Lorraine.

a) Les grandes places de commerce : trois modalités combinées d'intermédiation commerciale

L'espace commercial lorrain était organisé autour de plusieurs grandes places marchandes. Les produits qu'elles expédiaient étaient soit issus de leurs propres manufactures, soit réexpédiés depuis des espaces de production plus ou moins éloignés : les places marchandes pratiquaient en effet le commerce d'entrepôt et de commission. Le premier est une forme de commerce de gros consistant à collecter des divers types de marchandises sur des territoires étendus pour les mettre à disposition de commerçants d'autres régions. Le commerce de commission peut quant à lui prendre la forme de commission d'achat ou d'expédition : dans le premier cas, les marchands de la place se chargent de se procurer des marchandises pour le compte d'un donneur d'ordre ; dans le second, ils assurent l'acheminement de biens pour leur commettant. Les différences entre les principales places tenaient à la fois aux volumes d'affaires qui étaient brassés – et Francfort et Lyon étaient des pôles majeurs structurant le commerce lorrain – et à la part relative de chacune de ces trois activités dans la structure du négoce de la place.

Toutes les grandes places en question exerçaient, selon des modalités spécifiques, une fonction d'entrepôt. Au XVIII^e siècle, les négociants francfortois collectaient ainsi des marchandises en provenance des Pays-Bas, des Provinces-Unies ou d'Angleterre pour les

²⁸³ Françoise BAYARD et Pierre CAYEZ (dir.), *Histoire de Lyon des origines à nos jours*, tome 2 : *Du XVI^e siècle à nos jours*, Le Coteau, Horvath, 1990, pp. 107-128 ; Alexander DIETZ, *Frankfurter Handelsgeschichte*, Francfort, H. Minjon, 1925, IV et V.

revendre à une clientèle issue de tout le bassin rhénan et de ses marges²⁸⁴. Outre les indiennes et les mouchoirs de coton, un des principaux objets d'importation des Lorrains depuis Francfort est le « drap du Nord », lainage anglais produit dans le Yorkshire²⁸⁵. Près de 55 % des 3232 rixdales d'achats de la Veuve Navière auprès des marchands de la ville entre janvier 1757 et décembre 1760 consistent en draps du Nord et en droguets d'Angleterre ; les indiennes en provenance d'Asie du sud représentaient quant à elles presque 19 % de ses achats : en définitive, les productions des fabriques allemandes, notamment les lainages d'Allemagne centrale, ne pesaient que pour un peu plus du quart de ses achats. Les 2416 rixdales d'achats de Germain Empereur chez des marchands francfortois entre juin 1752 et juin 1756 ne concernent quant à elles que des marchandises anglaises. L'intermédiation des négociants francfortois était ainsi recherchée pour des produits importés dans l'Empire depuis l'Angleterre ou depuis les ports de Hollande – autant de filières d'approvisionnement auxquelles les marchands lorrains avaient vraisemblablement peu accès.

Des activités similaires étaient pratiquées à Lyon, où de nombreux négociants se livraient à un commerce d'interface entre le sud et le nord de la France, expédiant dans le reste du Royaume les productions languedociennes ou provençales : Lyon était ainsi un pôle majeur de commercialisation pour les lainages du sud et du sud-ouest languedocien ou les soieries ou étoffes mi-soie des environs de Nîmes²⁸⁶. La place de Lyon joue ainsi un rôle majeur dans les approvisionnements de Germain Empereur : entre juin 1752 et juin 1756, il réalise pour près de 104.000 liv. t. d'achats auprès de marchands de la ville. La moitié de cette somme concerne des achats en draperie du Languedoc ou en soieries de la basse vallée du Rhône. Bien que Lyon occupe une place moindre dans les affaires de la Veuve Navière, avec seulement 11.737 liv. t. d'achats entre 1757 et 1760, le tiers de cette somme concerne des étoffes du Sud de la France. La draperie languedocienne reposait en effet selon Jean-Michel Minovez sur la pratique du *Kaufsystem*, assuré par des marchands des bourgs et des villes collectant les étoffes produites dans les campagnes des environs. Ces commerçants n'avaient cependant pas l'envergure d'affaires nécessaire pour exporter ces marchandises loin de leur région de production : c'était ainsi des négociants lyonnais qui en assuraient la collecte et la redistribution dans le nord du Royaume, jouant en pratique un rôle comparable à celui des négociants marseillais exportant les draperies languedociennes au Levant²⁸⁷. Le débouché qu'ils assuraient étant important, certains marchands lyonnais avaient même une véritable prise sur la production des étoffes languedociennes : ils passaient des commandes précises aux marchands-fabricants de la province, à charge pour eux de faire produire selon les commandes.

Le même type d'activités se retrouvait sur des places plus modestes, en particulier à Amiens et Troyes. Les espaces lorrains, à en juger par la grande quantité d'étamines du Mans détenues par les marchands, étaient de grands consommateurs d'étoffes de l'ouest de la France. Ces territoires n'apparaissent cependant dans notre relevé des places de commerce qu'à travers la ville de Nogent-le-Rotrou. En réalité, nombre de commerçants picards et champenois pratiquaient un commerce d'entrepôt étendu en marchandises de l'ouest de la

²⁸⁴ DIETZ, *Frankfurter Handelsgeschichte*

²⁸⁵ David T. JENKINS, *The West Riding Wool Textile Industry 1770/1835. A Study of Fixed Capital Formation*, Edington, Pasold Research Foundation, 1975 ; Phyllis DEANE, „The Output of the British Woolen Industry in the Eighteenth Century“, *Journal of Economic History*, 17-2, 1957, pp. 207-223.

²⁸⁶ Line TEISSEYRE-SALLMANN, *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc : XVIIe-XVIIIe siècles*, Paris/Genève, Honoré Champion/Droz, 1995, pp. 46-53 et 203-220 ; BAYARD et CAYEZ (dir.), *Histoire de Lyon*, tome 2, pp. 107-128.

²⁸⁷ Jean-Michel MINOVEZ, *La puissance du Midi : drapiers et draperies de Colbert à la Révolution*, Rennes, Presses Universitaires, 2012.; James K. THOMSON, *Clermont-de-Lodève 1633-1789. Fluctuations in the Prosperity of a Languedocian Cloth-Making Town*, Cambridge, University Press, 1982.

France²⁸⁸. Les marchands champenois exerçaient ainsi la même fonction-pivot de grossistes collecteurs et distributeurs que leurs homologues de Lyon. Chez Germain Empereur, sur près de 39.000 liv. t. d'achats à Troyes entre 1752 et 1756, 46 % seulement concernent des étoffes de production locale, et 54 % des étoffes collectées par les marchands de la ville. Parmi celles-ci, 44 % provenaient de l'ouest de la France, Normandie avec les draps d'Elbeuf et de Louviers, Perche et Maine avec des étamines. Près de 10 % des marchandises acquises par Empereur étaient en provenance du sud de la France : les marchands de Troyes étaient ainsi en concurrence avec ceux de Lyon pour acheminer les productions languedociennes vers le nord du Royaume. Même à Amiens, grande ville de production textile, les étoffes en provenance de l'ouest de la France représentaient 14 % des 24.620 liv. t. d'achats du marchand de Pont-à-Mousson. Les proportions étaient même rigoureusement inverses chez la Veuve Navière : presque 88 % de ses 2.841 liv. t. d'achats à Amiens consistent en étoffes de la France de l'ouest.

La fonction de coordination commerciale entre les espaces que jouaient les places pouvait également prendre la forme atténuée de la commission – en particulier pour l'expédition des marchandises. La rareté des voitures à destination de la Lorraine depuis certains espaces productifs comme le Forez ou l'Auvergne rendait ainsi nécessaire le passage par Lyon. Les négociants de la ville se chargeaient bien souvent de réceptionner les marchandises expédiées aux commerçants lorrains par les marchands-fabricants des espaces en question : ils se chargeaient alors de trouver à Lyon des voituriers se dirigeant vers le nord. Les commerçants d'Amiens, de Reims ou de Bâle exerçaient cette même fonction de commissionnaires-expéditeurs de marchandises – respectivement pour la Picardie et les espaces helvétiques. Dans bien des cas cependant, les expéditions de marchandises n'étaient pas assurées par des commissionnaires spécialisés : même si cette branche commerciale existait à Lyon et en Champagne, les marchands lorrains comptaient généralement sur leurs relations d'affaires locales pour leur faire parvenir leurs commandes²⁸⁹. Du fait de l'importance des foires de Francfort, le commerce d'expédition de cette ville était pour sa part assez modeste, peu de marchandises à destination de la Lorraine transitant par cette ville. La plupart des fournisseurs allemands des espaces lorrains y rencontraient en effet leurs clients une à deux fois par an : ils y apportaient leurs marchandises, et se chargeaient ensuite de les expédier, sans que les marchands lorrains n'aient à solliciter les services de leurs correspondants pour réceptionner les ballots.

En réalité, la principale différence fonctionnelle entre toutes ces places de commerce tient au poids des fabriques en leur sein. Lyon se distingue ainsi de Francfort par l'importance des manufactures locales – soieries, passementerie, chapellerie - dans le commerce avec la Lorraine. Si les marchands lorrains se détournent des quelques productions francfortoises – des toiles de lin principalement -, ils s'approvisionnent largement à Lyon. Chez Empereur, les fabriques lyonnaises de soieries, de rubans et de chapeaux constituent plus de 48 % de ses achats chez les marchands de la ville. La Veuve Navière s'y fournit quant à elle surtout en fils et en rubans : cela représente plus des deux tiers des achats chez les marchands lyonnais. Paris, Rouen, Amiens, Reims, Bâle, Zurich sont également de grandes villes de manufactures²⁹⁰. Amiens et Reims comptent parmi les principaux pôles de production de

²⁸⁸ Claude CAILLY, *Mutations d'un espace proto-industriel. Le Perche aux XVIIIe-XXe siècles*, Ceton, Fédération des Amis du Perche, 1993 ; François DORNIC, *L'industrie textile dans le Maine et ses débouchés internationaux*, Le Mans, Belon, 1955.

²⁸⁹ Nous reviendrons sur ce point dans la deuxième section de ce chapitre.

²⁹⁰ Pour Amiens, voir : Pierre DEYON, « Le mouvement de la production textile à Amiens au XVIIIème siècle », *Revue du Nord*, XLIV, 174, 1962, p. 201 à 211. Pour Rouen, voir Pierre DARDEL (*Les manufactures de toiles peintes et de serges imprimées à Rouen et Bolbec aux XVIIe et XVIIIe siècles*, Rouen, Imprimerie A. Desvages, 1940) ainsi que Alain BECCHIA (dir.), *La draperie en Normandie du XIIIe au XXe siècles*, Rouen, Publications de l'Université, 2004. Pour Bâle, voir Paul FINK, *Geschichte der Basler Bandindustrie 1550/1800*,

lainages du Royaume, fabricant essentiellement des marchandises de qualité moyenne destinées à un public assez large. Rouen, grand pôle lainier, fournissait en outre à la Lorraine des toiles de coton ou de lin, tout comme les places suisses de Zurich et de Bâle. Les deux villes suisses étaient également de grandes pourvoyeuses de passementerie, de foulards et de mouchoirs : plus qu'à Lyon, c'était dans ces deux villes que la Veuve Navière s'approvisionnait en passementerie, la proximité géographique lui permettant sans doute de gagner sur les voitures. Elles étaient en cela égalées par Paris, la capitale du Royaume fournissant produits « à la mode », fils, chapeaux et autres types d'accessoires²⁹¹.

b) Quelques remarques sur l'insertion des pôles productifs secondaires dans les circuits commerciaux interrégionaux

Ces grandes places de commerce assuraient donc la coordination des flux de marchandises entre la Lorraine et les places secondaires, plus petites ou plus éloignées. Ces dernières, une quarantaine, étaient pour la plupart des villes de manufactures. Leur poids réel dans les approvisionnements des espaces lorrains était toutefois nettement plus important que ce que notre analyse en termes de places laisse apparaître. Un certain nombre de ces localités étaient en fait très proches les unes des autres, et constituaient les pôles principaux de territoires productifs spécialisés dans un type particulier de marchandises²⁹². Les approvisionnements en textiles des marchands lorrains étaient ainsi organisés autour de plusieurs espaces productifs comme la région rouennaise, pour les draps et les cotonnades, la Suisse du Nord et la Franconie pour les cotonnades, le Perche, pour les lainages de qualité moyenne et la région de Liège, pour les draps de très bonne qualité²⁹³. La coutellerie et les accessoires de fer provenaient quant à eux du Forez, de la Ruhr et là encore de Franconie²⁹⁴. Si l'on regroupe les pôles composant ces espaces productifs au lieu de les présenter de manière isolée, il apparaît que ces territoires pèsent d'un poids non négligeable dans le commerce lorrain.

Bâle, Basler Beiträge zur Geschichtswissenschaft, 1983 ; pour Zurich, voir : Ulrich PFISTER, *Die Zürcher „Fabriques“*. Protoindustrielles Wachstum vom 16. zum 18. Jahrhundert, Zürich, Chronos, 1992.

²⁹¹ Voir Louis BERGERON, « Paris dans les échanges intérieurs français à la fin du XVIIIe siècle » in Pierre LEON (dir.), *Aires et structures*, pp. 237-263. Carolyn SARGENTSON (*Merchants and Luxury Markets: The Marchands Merciers of Eighteenth-Century Paris*, Londres, Victoria & Albert Museum, 1996) et Cissie FAIRCHILDS ("The Production and Marketing of Populuxe Goods in Eighteenth-Century Paris", in John BREWER et Roy PORTER (dir.), *Consumption and the World of Goods*, pp. 228-248) insistent sur l'importance du marché parisien de la mode, mais ne montrent pas son influence sur le reste du territoire ou en dehors des frontières. Sur l'influence des modes parisiennes en Europe, voir notamment Marie-Anne GEORGEL, *La mode dans le 'Zeitung für die elegante Welt'*, (mémoire de maîtrise, Paris I, 2004).

²⁹² Sur les espaces productifs dans les territoires allemands, voir la synthèse de Karl-Heinrich KAUFHOLD ('Gewerbelandschaften in der frühen Neuzeit, 1650-1800') dans Hans POHL (ed.) *Gewerbe- und Industrielandschaften vom Spätmittelalter bis im 20. Jahrhundert*, Stuttgart, 1986, pp. 112-180.

²⁹³ Le Perche rassemble les pôles de Bellême et Nogent-le-Rotrou ; le pays de Liège cette dernière ville ainsi que Verviers et Aix-la-Chapelle ; la Suisse septentrionale Argovie, Schafisheim, Lenzburg, Saint-Gall, Schaffouse, Zurich, Zoffingue, Zurzach et Langenthal ; la Franconie, Erlangen et Nuremberg ; la région de Rouen, cette dernière localité, Louviers, Elbeuf et Darnétal.

²⁹⁴ Le Forez rassemble les pôles de Saint-Etienne et Saint-Chamond ; la Ruhr, ceux d'Elberfeld, Barmen, Brecherfeld, Grefrath, Iserlohn, Langenberg et Ludingshausen.

Comparaison entre le poids des espaces productifs dans les relations commerciales avec la Lorraine et celui de grands pôles pris isolément (Années 1750)			
Espaces productifs	Indice de relation	Pôle productif et commercial	Indice de relation
Région rouennaise	858,4	Francfort	954,8
Suisse septentrionale	558,7	Paris	495,9
Ruhr	137,0	Troyes	112,5
Franconie	113,6	Zofingen	109,2
Forez	59,8	Iserlohn	58,8
Perche	51,6	Nuremberg	47,2
Région de Verviers	16,1	Mulhouse	16,2

Pour la Suisse septentrionale, la Ruhr ou le Forez en particulier, la pluralité des pôles en relation avec la Lorraine reflète la structure du commerce d'exportation de ces territoires : à la différence des étoffes languedociennes collectées et écoulées par des commerçants lyonnais, ce sont les marchands autochtones qui assurent l'exportation des productions. Devant les difficultés d'expédition des marchandises en droiture, ils doivent cependant s'appuyer sur les filières de transport maîtrisées par les marchands des grandes places de commerce environnantes.

Par ailleurs, plusieurs places apparaissent sous-représentées, du fait de l'orientation générale des activités des marchands-magasiniers. En plus d'être spécialisés par branche, les grossistes lorrains importaient principalement des marchandises de qualité moyenne ou médiocre : nous aurons l'occasion de voir dans le deuxième et le troisième chapitre de cette partie que leur clientèle était dans l'ensemble composée de marchands détaillants peu spécialisés, qui cherchaient à proposer une offre à la fois large par le nombre de produits et peu diversifiée par la faible diversité des qualités. A l'inverse, les commerçants les plus spécialisés se passaient généralement du concours des marchands-magasiniers, préférant établir des relations directes avec les commerçants des espaces productifs. Cela leur permettait en effet de composer des assortiments diversifiés d'un même type de produit. Ainsi, quand bien même elles se recouperaient, les aires d'approvisionnement des marchands-magasiniers ne sont pas exactement les mêmes que ceux des marchands détaillants les plus spécialisés. La ville de Sedan, exportatrice de draps de très haute qualité, est par exemple assez peu représentée dans notre échantillon, les grossistes important essentiellement des marchandises destinées à une large consommation. Elle l'est bien plus chez les marchands détaillants desservant une clientèle aisée, bien que pour des niveaux modérés : Empereur n'achète que pour 3.280 liv. t. de marchandises aux marchands de la ville entre 1752 et 1756, contre plus de 21.000 liv. t. aux marchands d'Amiens en étoffes locales.

Un modèle particulier d'insertion dans les flux interrégionaux : l'aire commerciale de l'épicerie

La différenciation des aires d'approvisionnement était très nette selon la branche d'activités : les données précédentes, valables pour le commerce des étoffes, des accessoires

ou de la mercerie, ne sont que partiellement recevables pour celui des épiceries ou des denrées coloniales. Jean Chausson, grossiste en épicerie de Nancy, importait ses marchandises des ports de Hollande ou de France. Les fournisseurs de Chausson se trouvaient essentiellement dans les ports de Hollande, de l'Atlantique français et à Marseille. La plupart des produits étant importés des zones tropicales, une telle répartition n'a rien de surprenant.

Grandes directions d'importation des produits d'épicerie	Montant en liv. l.	Part de l'ensemble
Hollande	231 650	71,9
Empire	1 837	0,6
France de l'ouest	27 784	8,6
France de l'est	9 647	3,0
France du sud	51 289	15,9
Ensemble	322 207	100,0

La carte des grandes directions d'approvisionnement de Chausson est cependant assez éloignée du tableau des importations en marchandises d'épicerie que dresse le relevé des entrées en Lorraine de 1746. Le poids de la Hollande dans ses achats semble en effet disproportionné.

Grande direction d'importation selon la statistique de 1746	Montant en liv. l.	Part en %
France	551 000	43,9
Hollande	491 500	39,1
Saint-Empire	198 000	15,8
Suisse	15 000	1,2
Ensemble	1 255 500	100,0

Ce déséquilibre s'explique par la composition particulière des achats de Chausson, qui importait énormément de sucre et d'épiceries, tirés aux trois-quarts de Hollande selon la statistique de 1746, négligeant quelque peu les eaux de vie, les huiles et le savon, importés à la même date exclusivement de France. Comme dans le cas du commerce des étoffes et des accessoires, les spécialisations locales étaient très fortes. La Hollande était ainsi de très loin la principale pourvoyeuse de marchandises en provenance des colonies de l'Amérique et des Indes, tout particulièrement le sucre et le poivre. Les marchands provençaux expédiaient quant à eux des productions des espaces méditerranéens - d'origine locale comme les huiles ou les savons, ou bien importées du Levant comme le coton. Dans l'ensemble, ces

spécialisations des espaces d'importation s'expliquent par le coût relatif des transports : devant le haut prix des transports par voie routière, les approvisionnements en sucre dans les ports français étaient assez limités, la voie d'eau rhénane étant bien plus économique.

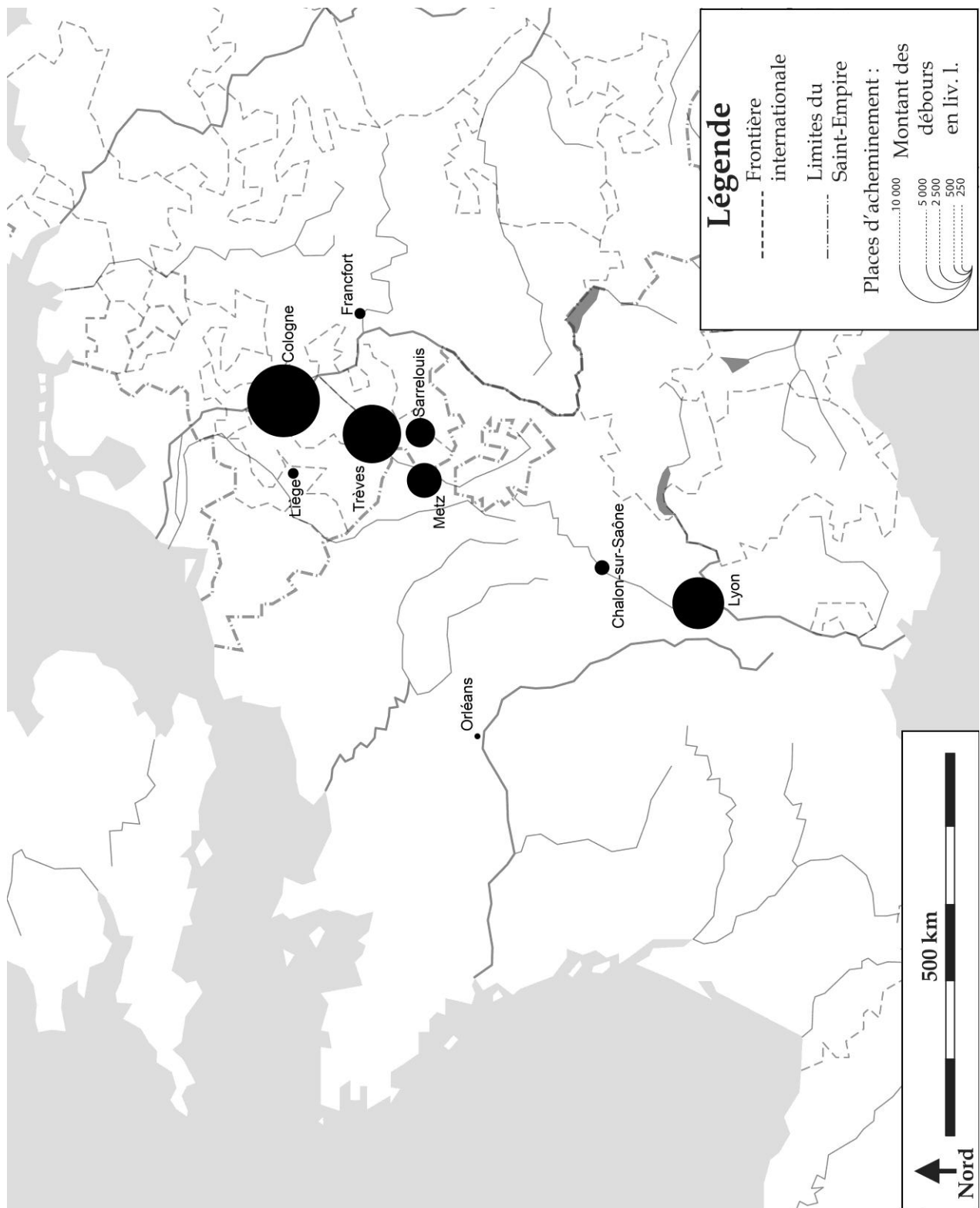
Les approvisionnements de Chausson s'organisaient autour de quelques grands ports d'importation, Amsterdam et Rotterdam en Hollande, Marseille dans le sud de la France, Nantes et Dieppe dans l'ouest du Royaume. Les places continentales comme Lyon n'étaient pas non plus absentes, la ville comptant de nombreux grossistes en épices expédiant des marchandises du Sud de la France vers le nord et l'est.

Places d'approvisionnement	Montant des achats en liv. l.	Part des achats
Rotterdam	179080,5	55,6
Amsterdam	45437,96	14,1
Marseille	31565,51	9,8
Nantes	21838,81	6,8
Lyon	18584,35	5,8
Strasbourg	7834,97	2,4
Zelle	7131,58	2,2
Dieppe	5305,32	1,6
Reims	939,06	0,3
Remelfing	894,97	0,3
Chalon	855,53	0,3
Nancy	756,38	0,2
Orléans	640,31	0,2
Francfort	619,97	0,2
Cologne	322,31	0,1
Roquevaire	283,25	0,1
Metz	116,11	0,0
Ensemble	322206,89	100,0

Aux aires d'approvisionnement spécifiques correspondaient des filières d'acheminement particulières. Dans le cas des épicerie, produits pondéreux, la voie d'eau

était largement privilégiée. Les marchandises en provenance de Hollande parvenaient en Lorraine par le bassin rhénan, via Cologne et Trèves, quand celles arrivant de Marseille remontaient la vallée du Rhône jusqu'à Lyon, poursuivant parfois leur route jusqu'à Chalon-sur-Saône. Dans chacune des places où s'effectuait une rupture de charge, les marchandises étaient récupérées et réexpédiées par des commissionnaires. Le montant des frais de commission d'expédition dessine une géographie des transports particulière qui s'articulait avec la précédente.

Places d'acheminement	Débours	Part des débours
Cologne	10702,19	38,3
Trèves	6868,96	24,6
Lyon	5390,38	19,3
Metz	2396,48	8,6
Sarrelouis	1688,75	6,0
Chalon	406,31	1,5
Francfort	214,62	0,8
Liège	202,2	0,7
Orléans	54,25	0,2
Ensemble	27924,14	100,0



Seule Lyon était à la fois un pôle d'expédition et une place commerciale d'envergure pour le négoce d'épicerie à destination de la Lorraine.

1.2. La grande stabilité des espaces d’approvisionnement

En l’absence d’inventaires de faillite, de comptabilités ou de correspondances de grands marchands après les années 1760, il faut pour étudier les transformations des espaces d’approvisionnement dans le dernier tiers du siècle solliciter d’autres types de sources. L’insurrection fédéraliste et l’entrée en guerre de la France contre une coalition formée de l’Autriche, du Royaume-Uni et des Provinces-Unies ont conduit les autorités à accroître leur contrôle sur l’économie, en vue notamment de lutter contre l’inflation. Le Maximum Général des prix a ainsi été introduit par la loi du 29 septembre 1793 : son décret d’application du 4 Ventôse An II (22 février 1794) impose en particulier aux districts de dresser un tableau des consommations courantes des populations, chacune de ces marchandises se voyant affecter un prix plafond. Ces tableaux, bien que d’interprétation délicate, permettent de dessiner la carte des espaces d’approvisionnement d’un territoire donné. Dans le même temps, les commerçants en relation avec les pays en guerre contre la France ou les régions soulevées contre la Convention ont dû déclarer le nom de leurs créanciers dans ces territoires : le relevé des créances des négociants allemands sur les commerçants lorrains nous permet ainsi de dresser une hiérarchie des places marchandes du Saint-Empire. Malgré le contexte économique troublé dans lequel ils ont été élaborés, ces deux documents suggèrent que la réorientation des espaces commerciaux dans la deuxième moitié du siècle a été minime.

1.2.1. L’utilisation de la documentation disponible

Les tableaux du Maximum Général et leur usage possible en histoire du commerce

Avec les tableaux du Maximum Général, les historiens disposent de documents présentant de manière souvent précise les consommations courantes des populations des districts. Les autorités révolutionnaires avaient souhaité lutter contre l’inflation en instaurant le blocage des prix : après avoir instauré le Maximum du prix des grains en mai 1793, elles ont mis en œuvre le Maximum Général à partir de l’automne de la même année. Leur objectif était de lutter contre la spéculation marchande en assignant aux marchandises des prix fixes. Les autorités des districts devaient pour ce faire relever l’ensemble des produits couramment consommés par les populations locales et en signaler la provenance – c’est-à-dire le district où les produits en question étaient fabriqués. Pour les marchandises importées, c’était le district d’entrée sur le territoire qui était pris en compte. Le prix de gros auquel un produit devait être vendu dans le district était calculé à partir du prix de gros dans le district d’origine, auquel s’ajoutait le prix de la voiture, lui aussi réglementé. Les grossistes du district récepteur se voyaient en outre imposer une marge de 5 % en sus de leurs frais, les détaillants ne pouvant quant à eux vendre les marchandises avec une marge supérieure à 10 % du prix d’achat chez les grossistes²⁹⁵. Pour les espaces lorrains, nous avons retrouvé une dizaine de tableaux du Maximum. Il s’agit de ceux dressés à l’issue de la révision de Brumaire An II, rédigés lors de l’hiver 1793-1794 à partir du « Recueil général des marchandises » : celui-ci recense toutes les marchandises produites introduites en France, les syndics de district étant appelés à sélectionner celles de la liste qui étaient consommées dans leur circonscription²⁹⁶.

²⁹⁵ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 27-28.

²⁹⁶ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 30-33 et 43-73 ; Dominique MARGAIRAZ, « Le Maximum : une grande illusion libérale ou de la vanité des politiques économiques », *Etat, finances et économie pendant la Révolution Française*, Paris, CHEFF, 1991, pp. 399-428 ; Id., « Le Maximum, politique économique ou politique sociale ? », in Jean-Pierre JESSENNE, Gilles DEREGNAUCOURT, Jean-Pierre HIRSCH, Hervé LEUWERS (dir.) *Robespierre : de la nation artésienne à la République et aux nations*, Villeneuve d’Ascq,

Nous nous concentrons ici seulement sur celui du district de Nancy, qui se trouve être fort bien renseigné : encore à la veille de la Révolution, cette ville concentrait en effet les principaux grossistes importateurs de la province, et l'offre de marchandises disponible en Lorraine dépendait largement des approvisionnements de Nancy. C'est d'autant plus vrai que la gamme des marchandises incluses dans les tableaux était extrêmement large. Au sens strict, le Maximum ne devait concerner que les produits de « première nécessité », excluant par là même les produits les plus socialement exclusifs. La notion de « nécessité » est toutefois éminemment plastique : le tableau de Nancy recense en effet les étoffes de laine, de coton, de lin ou mêlées de toutes les qualités – y compris des lainages de haut prix comme les draps de Sedan. Seules les soieries, les plus luxueuses des étoffes, étaient exclues.

Les tableaux du Maximum ne sont toutefois pas une carte des lieux d'approvisionnement des districts, mais des lieux de production des produits consommés. Ils ne peuvent donc être employés pour dresser une géographie commerciale sans un certain nombre de réserves. Les tableaux n'indiquent en effet à aucun moment les filières d'acheminement des marchandises : ainsi, la fonction d'entrepôt et d'expédition que jouait une place comme Lyon ne transparait pas, alors que l'intermédiation exercée par les marchands de cette localité était une donnée structurante du commerce lorrain. On ne peut donc comparer terme à terme le relevé des districts producteurs avec la liste de places en relation établie dans la sous-section précédente. La confrontation entre les deux n'en est pas moins possible et utile. On sait en effet par les correspondances des années 1750 d'où provenaient les marchandises expédiées par les négociants pratiquant le commerce d'entrepôt : on peut donc procéder à une étude assez précise de l'évolution des espaces productifs fournissant le marché lorrain. Ces documents nous imposent par contre de renoncer à un tableau des places d'entrepôt et de transit en relation avec la Lorraine.

Retenons enfin que le tableau du Maximum Général étudié est très marqué par son contexte d'élaboration. Alors que le commerce lorrain est durant tout le XVIII^e siècle largement ouvert sur les espaces germaniques, les Provinces-Unies et la Suisse, le relevé des marchandises est dressé à un moment où les échanges avec les espaces environnants sont interrompus par la guerre. Les directions habituelles d'importation depuis les espaces germaniques et alémaniques ne peuvent donc apparaître : le tableau ne nous fournit en définitive d'informations vraiment valables que pour les importations en provenance des espaces français. Il faut également garder à l'esprit que les événements immédiats – l'insurrection fédéraliste et sa répression – faussent une partie des données. Le soulèvement de Lyon contre le pouvoir jacobin a grandement perturbé l'activité économique de la ville entre l'été 1793 et le printemps 1794, le siège, l'occupation et la répression de l'insurrection par l'armée révolutionnaire entraînant la cessation des activités commerciales²⁹⁷. Les étoffes du Languedoc ou les produits d'épicerie tirés de Marseille ou de Provence parviennent donc plus difficilement qu'avant à Nancy, et il se peut que cela se reflète dans le tableau.

Les relevés de dettes passives

Les autorités révolutionnaires ont également demandé aux marchands de déclarer leurs créanciers dans les pays en guerre avec la France, ou dans les zones du territoire français contrôlées par les soulèvements anti-montagnards. Une telle mesure permettait ainsi aux dirigeants locaux de savoir quels marchands pourraient avoir besoin de secours, du fait de l'interruption de leurs affaires. Il se peut également qu'elle ait eu une visée répressive : les

Centre d'Histoire de la Région Nord et de l'Europe du Nord-Ouest, 1994, pp. 263-278 ; Id., « Les institutions économiques de la République jacobine ou la résolution utopique », in Michel VOVELLE (dir.), *Révolution et République : l'exception française*, Paris, Kimé, 1994, pp. 237-251.

²⁹⁷ BAYARD et CAYEZ (dir.), *Histoire de Lyon*, tome 2, pp. 107-128.

marchands ayant des liens avec les pays ennemis ou les territoires insurgés pouvaient avoir comploté avec eux en vue de lancer des insurrections locales. A Nancy, c'est en Messidor An II (juin et juillet 1794) que les marchands ont été appelés à dresser la liste de leurs relations avec des commerçants de l'Empire, des Pays-Bas autrichiens, des Provinces-Unies, du Royaume-Uni ou encore de Lyon et de Toulon. Deux relevés ont ainsi été dressés : pour les espaces étrangers, pour les deux villes du Royaume.

Le relevé de ces dettes a-t-il été bien dressé ? Les conditions dans lesquelles ce travail a été mené et la qualité du résultat inclinent à répondre par l'affirmative. C'est un marchand commissionnaire expérimenté, Desrivages, qui a été chargé de cette tâche, après avoir reçu le droit de vérifier les livres de compte de ses collègues. On dispose ainsi du relevé des dettes de 43 marchands nancéiens dans le Saint-Empire, aux Pays-Bas, aux Provinces-Unies et au Royaume-Uni, ainsi que des dettes de 80 autres à Lyon. L'importance de ces chiffres – à comparer aux 300 commerçants enregistrés dans le corps des marchands de Nancy – laisse penser que la liste des marchands nancéiens concernés a été dressée de manière satisfaisante. L'interprétation des données pour chaque marchand est cependant plus complexe. Si Desrivages n'a sans doute pas eu de difficultés à se retrouver dans la comptabilité de ses collègues, il se peut qu'il n'ait pas enregistré l'ensemble de leurs opérations. Le relevé des dettes étant censé permettre de dédommager les marchands de leurs pertes, les commerçants de Nancy étaient incités à faire des déclarations complètes. Il se peut cependant que le goût des marchands pour le « secret des affaires » les aient poussé à fournir le moins possible d'indications – avec ou sans la complicité de Desrivages. Si cela est avéré, le biais introduit joue dans le même sens pour tous les marchands : il n'y a donc pas de raison pour que cela influe sur la hiérarchie des places de commerce en relation avec la Lorraine.

Nous avons dépouillé le relevé des créances des marchands étrangers de la même manière que les dettes passives des marchands-magasiniers des années 1740 et 1750. Il s'agit de mettre en évidence les principaux pôles commerciaux en relation avec les espaces lorrains, tant par le nombre de marchands concernés que par les montants en jeu. Comme précédemment, nous avons pour chaque localité pondéré ces chiffres par le nombre de marchands nancéiens en relation avec elle. De cette manière, une hiérarchie des places de commerce selon l'importance de leurs liens avec les commerçants lorrains a été établie. Le relevé des marchands lyonnais nous indique quant à lui quelles étaient les commerçants en relation avec la Lorraine au début des années 1790. Il nous fournit une liste de 65 maisons de commerce, dont il est possible pour certaines de retrouver le domaine d'activité grâce à l'*Almanach général du commerce*. Ce document est d'utilisation assez malaisée, dans la mesure où il ne relève pas tous les marchands lyonnais : ceux qui y sont mentionnés sont seulement les plus importants, et qui plus est ont accepté de figurer dans ce registre. Le tableau du commerce de chaque place procuré par ce document est ainsi discutable – même s'il nous permet malgré tout de retrouver la spécialisation de quelques commerçants. Nous avons donc employé d'autres documents, de type fiscal ou corporatif, disponibles dans les archives lyonnaises. En identifiant les profils d'activité des marchands avec qui les marchands lorrains sont en affaire à Lyon, nous pouvons ainsi déterminer si la ville a connu une transformation de sa fonction commerciale dans les relations avec la Lorraine. Cette approche nous permet de combler partiellement la principale lacune des tableaux du Maximum – l'absence de renseignements sur les filières commerciales.

1.2.2. Le maintien des espaces d'approvisionnement traditionnels

La grande stabilité des espaces d'approvisionnement français

L'enseignement principal que l'on peut tirer de l'étude du tableau du Maximum de Nancy est le maintien des grandes zones d'approvisionnement traditionnelles. La stabilité est particulièrement marquée dans le cas des étoffes.

Evolution des relations avec les places productives et commerciales depuis le milieu du XVIIIe siècle (étoffes)		
En relation directe dans les années 1750	En relation indirecte dans les années 1750	Nouvelle relation
Abbeville	Beauvais	Lorient
Amiens	Caudebec	
Darnétal	Châteauroux	
Elbeuf	Les Andelys	
Lille	Lodève	
Louviers	Neufchâtel-en-Bray	
Nogent-le-Rotrou	Rethel	
Paris	Sommières	
Reims	Vire	
Rouen	Yvetot	
Sedan		
Strasbourg		
Troyes		

Sedan et la Normandie (avec les districts des Andelys, de Louviers, de Vire et d'Elbeuf) continuent à expédier des lainages de qualité supérieure. Pour les étoffes de moindre qualité, se maintiennent le Languedoc (les districts de Sommières et de Lodève expédient des draps), le Perche (le district de Nogent-le-Rotrou est depuis le début du XVIIIe siècle fournisseur d'étamines), la Picardie (avec les districts d'Amiens, d'Abbeville et de Beauvais). Tout comme dans les années 1740, les envois de lainages en provenance de Reims sont très importants : le district fournit comme un demi-siècle plus tôt draps, ras, flanelles, casimirs, droguets, étamines, voiles, couvertures, bluteaux. Lille fournit toujours du camelot. L'effacement conjoncturel des relations avec les espaces rhénans profite sans doute aux fabriques normandes de cotonnades des districts de Rouen, d'Yvetot, de Caudebec ou de Neufchâtel-en-Bray, qui étaient cependant déjà actifs dans le commerce avec la Lorraine dès les années 1740.

Cette grande stabilité des aires d'approvisionnement doit être expliquée. La diversité des matières premières employées et des procédés de finition rend sans doute les étoffes en partie non-substituables entre elles. Par ailleurs, les forts coûts de transport par rapport aux marges réalisées limitent dans une certaine mesure la concurrence qui peut s'exercer entre espaces productifs fournissant des productions assez largement substituables. Enfin, il ne faudrait pas minimiser le rôle de l'inertie de la demande et des habitudes de consommation dans le maintien sur la longue durée des espaces productifs : le renouvellement des produits était très fort, mais consistait surtout en une variation sur les productions courantes. Cette tendance est sans doute renforcée par les règlements des manufactures, qui poussent au conservatisme dans les productions locales et contribuent à geler la carte des espaces productifs. Nos résultats tendraient ainsi à montrer que la fabrication de « façons », étoffes

imitées ou dérivées de produits reconnus et établis, ou même que l'introduction par Necker en 1779 d'un « régime intermédiaire » permettant aux fabricants de fabriquer des étoffes échappant aux règlements de manufactures, ne sont pas venus bouleverser la géographie productive de la France²⁹⁸.

Il faut cependant tenir compte de la conjoncture particulière d'élaboration du tableau, notamment dans le cas de l'épicerie. La proximité des Provinces-Unies et le faible coût des transports par eau favorisent également le commerce de denrées coloniales avec ces derniers territoires, au détriment des ports français de l'Atlantique ou de la Méditerranée.

Evolution des relations avec les places productives et commerciales depuis le milieu du XVIIIe siècle	
En relation directe dans les années 1750	Nouvelle relation
Marseille	Aix
Nantes	Amiens
Orléans	Avignon
	Bordeaux
	Draguignan
	La Rochelle
	Le Havre
	Lille
	Lorient
	Narbonne
	Nice
	Rouen
	Valence

Les comptes de Chaussouon indiquent ainsi que les espaces méditerranéens ne fournissent dans les années 1750 et 1760 que des productions locales : les approvisionnements en denrées coloniales depuis ces zones ne sont que des compléments saisonniers. Il faudra attendre la Révolution et la fermeture du commerce rhénan et mosellan pour voir les ports français de l'ouest approvisionner massivement la Lorraine en denrées coloniales comme le sucre ou le café. De la même manière, la promotion des cotonnades d'Amiens et de Troyes s'explique sans doute autant par le développement des fabriques d'étoffes de coton après la levée de la prohibition des indiennes en 1759, que par la fermeture des frontières pour cause de guerre. Ces achats dans des espaces productifs proches s'expliquent-ils par une réorientation consécutive aux événements politiques, ou par le choix de s'approvisionner dans des fabriques d'espaces proches – ce qui permet de restreindre le coût de l'acheminement ?

Mises à part quelques réorientations conjoncturelles, les permanences l'emportent entre les années 1750 et le début des années 1790. La ville de Lyon occupe ainsi toujours la même place dans les approvisionnements lorrains. Parmi les 55 maisons de commerce

²⁹⁸ GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime*, p. 325.

relevées par Desrivages, nous en avons identifié formellement 31²⁹⁹. La ventilation des maisons de commerce par branche d'activité est la suivante.

Spécialisation commerciale des correspondants lyonnais des marchands lorrains (1793-1794)		Nombre de marchands
Etoffes	Draperie	4
	Soierie	5
	Divers	6
Bonneterie		1
Chapellerie		5
Bijouterie		1
Epicerie		6
Librairie		2
Tannerie		1
Ensemble		31

Les marchands lorrains s'approvisionnent à Lyon à la fin du siècle pour se fournir en les mêmes marchandises que deux générations plus tôt : outre les épiceries, vraisemblablement réexpédiées depuis Marseille, et les étoffes de laine tirées du Languedoc, les commerçants de la ville continuent à expédier en Lorraine des productions des manufactures locales – soieries, chapeaux et bas. Sans là encore que l'on puisse rien dire des volumes en question, il apparaît que la fonction du commerce lyonnais est semblable à la fin du siècle à ce qu'elle était vers 1750.

Les pôles d'approvisionnement d'Europe du nord-ouest restent les mêmes

Le tableau des créances pondérées par direction commerciale, tout comme celui de l'intensité des relations par localité, montrent la prééminence écrasante de Francfort pour les relations avec l'Europe du nord et du nord-ouest.

²⁹⁹ Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur deux annuaires commerciaux élaborés à la fin du siècle : l'*Almanach général des marchands, négociants et commerçants de la France et de l'Europe* (1785 et 1786) et l'*Almanach puis Tableau général du commerce, des marchands, négociants, armateurs de la France, de l'Europe et des autres parties du monde* (1788 et 1789/1790) de Gournay. Comme ces documents ne relèvent qu'une partie des marchands, ceux sur lesquels les auteurs ont pu obtenir des informations, nous avons complété notre recherche par la *Liste des citoyens éligibles aux places municipales de la ville de Lyon, conformément aux décrets de l'Assemblée Nationale, acceptés par le Roi* (Lyon, 1790), qui est le relevé des citoyens actifs de la ville, ainsi que par les registres des marchands de la Grande Fabrique (AM Lyon, HH 557 : registre des marchands-fabricants 1780 ; réception des marchands HH 622 et 623).

Comparaison entre le poids des espaces productifs dans les relations commerciales avec la Lorraine et celui de grands pôles pris isolément (début des années 1790)			
Pôle productif et commercial	Indice de relation	Espaces productifs	Indice de relation
Francfort	2153,1		
Rotterdam	547,7		
Londres	431,5		
Bois-le-Duc	241,0	Brabant	340,1
Manchester	183,6		
Amsterdam	153,6		
Kaufbeuren	134,9	Bavière orientale	136,0
Turnhout	71,3		
Dorth (près de Deventer ?)	67,6		
Eisenach	63,7	Thuringe	66,2
Leeds	38,7		
Barmen (Wuppertal)	30,4	Pays de Liège	36,0
Cologne	28,9	Ruhr	44,3

Le poids considérable de Francfort s'explique à la fois par le poids maintenu des marchands locaux, et par l'importance de la ville comme place de paiement. Plusieurs très grosses créances correspondent vraisemblablement à des achats d'effets de commerce auprès de banquiers de la ville. D'une importance commerciale moindre, mais pesant également très lourd dans le commerce lorrain se trouvent Amsterdam et Rotterdam : selon toute vraisemblance, leur place est due aux achats de denrées coloniales. Les principales directions commerciales, et leur fonction traditionnelle, se maintiennent donc durant toute la deuxième moitié du siècle.

Evolution des relations avec les places productives et commerciales depuis le milieu du XVIIIe siècle		
En relation directe dans les années 1750	En relation indirecte dans les années 1750	Nouvelle relation
Amsterdam	Altenburg (Thuringe)	Londres
Barmen (Wuppertal)	Bruxelles	Vienne
Berlin	Coventry	
Bois-le-Duc	Dison, pays de Liège	
Cologne	Dorth (près de Deventer ?)	
Eisenach	Dusseldorf	
Elberfeld (Wuppertal)	Friedrichsdorf (Hesse)	
Francfort	Hohenstein (Hesse)	
Iserlohn	Krefeld	
Kaufbeuren	Lauben (Bavière)	
Liège	Leeds	
Ludinghausen (près de Dortmund)	Lokeren	
Nuremberg	Louvain	
Rotterdam	Malines	
Trèves	Manchester	
Utrecht	Monschau	
Verviers	Nivelles	
	Norwich	
	Nottingham	
	Remscheid (près de Wuppertal)	
	Rosbach (Hesse)	
	Schmalkalden (Thuringe)	
	Theux (près de Verviers)	
	Turnhout	
	Wiltz (Luxembourg)	
	Zullichau (Prusse)	

Pour les mêmes raisons que les espaces productifs français, les villes de manufacture mentionnées dans les années 1790 sont dans l'ensemble les mêmes que quarante ans auparavant – tant dans les espaces allemands qu'aux Pays-Bas. Elles s'organisent en trois gros ensembles, dont les localités prises individuellement pèsent peu : la Ruhr autour de Barmen (aujourd'hui Wuppertal), les environs de Liège, Verviers et Monschau (« Montjoie »), et la Bavière avec Kaufbeuren. La première zone est une région manufacturière diversifiée, d'où les marchands lorrains tirent des produits de quincaillerie ou quelques étoffes légères et autres toiles. Le pays de Liège et de Verviers est quant à lui une région de production drapière, qui fournit à la Lorraine des étoffes de qualité moyenne et supérieure. Enfin, Kaufbeuren et sa région sont une des principales zones de production de cotonnades dans l'espace germanique. Tout comme dans les années 1750, le grand nombre des pôles productifs représentés illustre

l'autonomie des marchands de chaque ville de fabrique, qui parviennent à maîtriser le processus de commercialisation de leurs produits. Il reflète également le caractère médiocrement substituable des différents produits – en particulier les étoffes.

La seule véritable nouveauté – et elle est de taille – consiste en l'ouverture de relations commerciales directes avec des marchands anglais. Londres se hisse parmi les principaux pôles en relation avec la Lorraine, grâce sans doute à l'importance de la banque londonienne. Plusieurs marchands entretiennent ainsi des relations avec la banque Thellusson, pour des montants très importants. Il est difficile d'interpréter cette promotion de Londres comme place de paiement pour certains marchands lorrains : est-ce le signe d'un recul séculaire de l'importance de la place financière parisienne ? N'est-ce pas plutôt une conséquence des perturbations monétaires qui ont suivi le déclenchement de la Révolution ? Il se peut en effet qu'avec la chute du cours de la livre tournois et les désordres monétaires, les papiers sur Paris aient été nettement moins recherchés qu'auparavant : il serait ainsi devenu difficile de faire des paiements en Hollande ou dans le Saint-Empire en traite sur des banquiers parisiens³⁰⁰. Une solution de remplacement pour les paiements aurait donc été de passer par Londres. Les marchands lorrains se mettent également à entretenir des relations directes avec des manufacturiers de Leeds, de Coventry ou de Manchester : selon toute vraisemblance, il s'agit de fabricants de quincaillerie rencontrés aux foires de Francfort.

Les structures et orientations du commerce que nous venons de présenter sont valables des années 1720 aux années 1780. En s'appuyant pour leurs approvisionnements sur quelques foires et des grands pôles périphériques d'approvisionnement, les marchands lorrains parvenaient à réduire leurs débours, une bonne partie du coût des contraintes d'acheminement étant supportée par leurs fournisseurs rencontrés en foire. La concentration des achats dans certains pôles leur permettait par ailleurs de limiter le nombre et donc le prix des voitures.

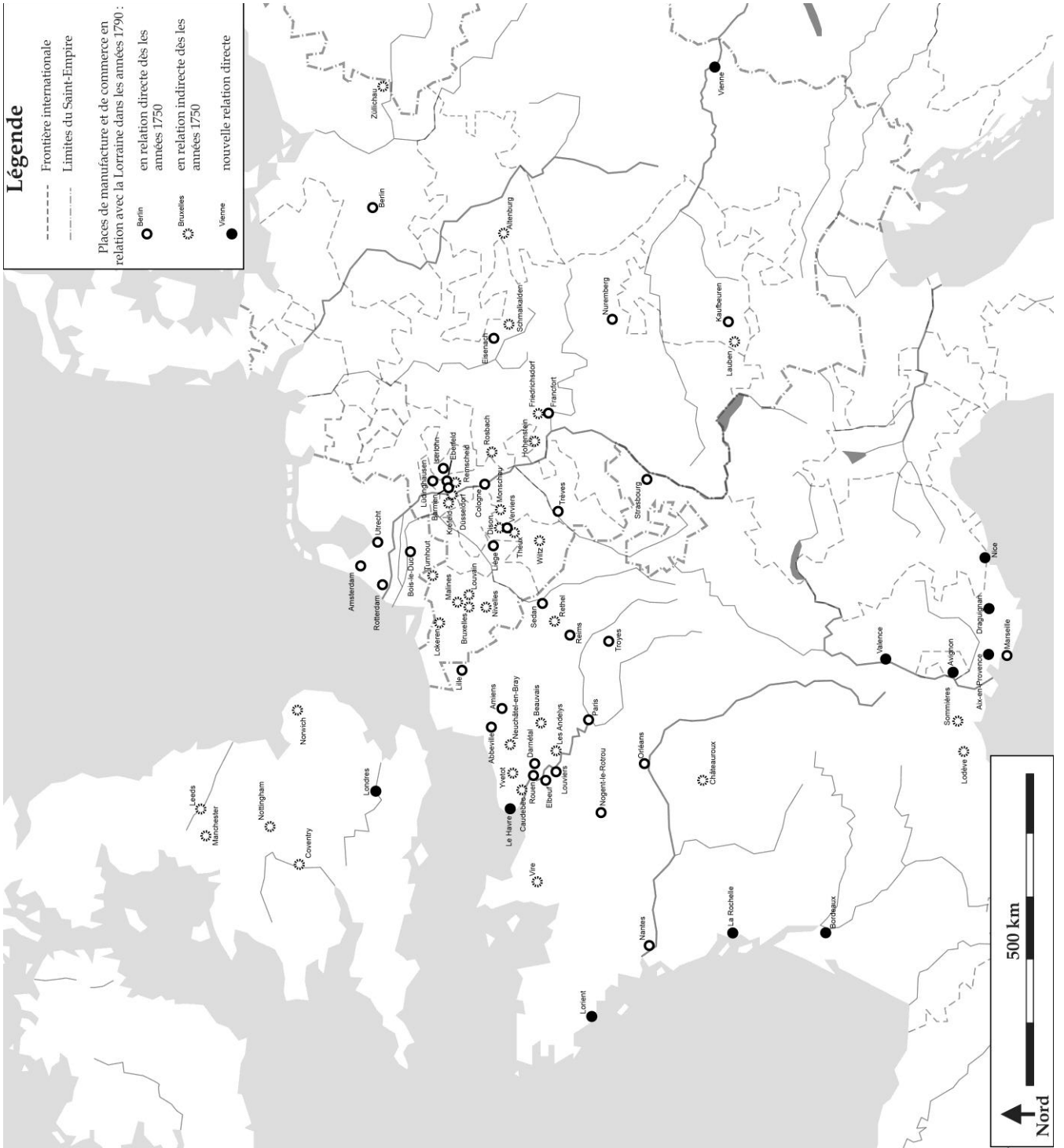
³⁰⁰ Guy ANTONETTI, *Une maison de banque à Paris au XVIIIe siècle : Greffulhe, Montz et Cie (1789-1793)*, Paris, Cujas, 1963.

Légende

- - - Frontière internationale
- Limites du Saint-Empire

Places de manufacture et de commerce en relation avec la Lorraine dans les années 1790 :

- en relation directe dès les années 1750
- ☼ en relation indirecte dès les années 1750
- nouvelle relation directe



2. Les contraintes d'acheminement des marchandises

La faiblesse du marché de consommation régional, à l'échelle européenne, couplée à la modestie des flux en provenance ou en direction de la Lorraine, rendaient délicats les approvisionnements de la province en droiture. Son espace commercial s'articulait autour d'un petit nombre de pôles d'acheminement direct, situés sur les pourtours des Duchés : les marchands-magasiniers devaient ainsi faire parvenir leurs marchandises dans la province par des circuits bien souvent indirects, détournés et segmentés qui supposaient le recours à un certain nombre d'intermédiaires³⁰¹. La recherche des transporteurs incombait dans une large mesure aux fournisseurs des marchands-magasiniers – la tâche de ces derniers consistant en fait surtout à coordonner les flux de marchandises par-delà les nombreuses ruptures de charge³⁰². Les contraintes d'acheminement ne doivent cependant pas être exagérées. Les coûts de transport étaient en réalité assez modérés, et le prix réel des voitures a eu tendance à diminuer tout au long du siècle. Par ailleurs, les fournisseurs des marchands lorrains prenaient en charge une part importante des contraintes de transport. Les commerçants des Duchés fréquentant assidument plusieurs grandes foires situées en périphérie de la Lorraine, le transport des marchandises depuis les espaces de production jusqu'à la foire ne leur incombait pas – même si ce coût d'acheminement était sans doute inclus dans le prix de vente.

2.1. Une région difficilement accessible

A la différence de grandes places commerciales comme Lyon ou Marseille, les villes lorraines n'étaient pas des pôles majeurs dans la circulation interrégionale des marchandises. Elles n'étaient en effet pas reliées directement à beaucoup de places extérieures : les seules liaisons existantes l'étaient avec des places proches, à des prix d'ailleurs relativement élevés³⁰³. Le rayonnement commercial des villes lorraines étant faible, leurs marchands devaient compter sur leurs correspondants dans différentes places pour assurer la réception et la réexpédition des marchandises en provenance d'espaces plus éloignés³⁰⁴.

2.1.1. La rareté des voitures en direction de la Lorraine

Les principaux pôles d'expédition : la prédominance des circuits d'expédition courts

³⁰¹ Sur la circulation des marchandises et des informations, voir : Maurice WOLKOWITSCH, *Géographie des transports*, Paris, Armand Colin, 1973 ; pour le XVIII^e siècle français, il est indispensable de partir de : Charles CARRIERE, « Les transports intérieurs », *Négociants marseillais*, II, pp. 621-716.

³⁰² Jean-Pierre POUSSOU, « Sur le rôle des transports terrestres dans l'économie du sud-ouest au XVIII^e siècle », *Annales du Midi*, 1978, pp. 389-412. Anne-Marie COCULA-VAILLIERES, « Intervention » dans la Table Ronde, *La circulation des marchandises*, Paris, CHEFF, 1998, pp. 163-164 : « le long de cette chaîne commerciale, ce sont les lieux de ruptures de charges, fluviaux et terrestres, qui constituent les meilleurs endroits d'observation de la toile d'araignée du marché intérieur. »

³⁰³ CARRIERE, *Négociants marseillais*, tome 2, p. 669 : « une carte d'ensemble du roulage, si elle était dressée pour le royaume, en s'appuyant sur des lettres de voiture, serait particulièrement précieuse, et révélerait cette superposition des circuits de différente ampleur, en même temps qu'elle traduirait topiquement, pour chaque métropole, les zones de drainage et de rayonnement. »

³⁰⁴ Il est difficile de tracer un tableau d'ensemble des flux de marchandises, puisque la principale source exploitable pour les années 1770, auparavant cotée 49 B-1-33, a été égarée lors du reclassement des archives départementales de Meurthe-et-Moselle dans les années 1980. On peut néanmoins s'appuyer sur le dépouillement partiel de ces documents par François-Yves LE MOIGNE, dans son article « Le commerce des Provinces étrangères (Alsace ; Evêchés ; Lorraine) dans la deuxième moitié du XVIII^e siècle » (in Pierre LEON (dir.), *Aires et structures du commerce régional français*, Paris, CNRS, 1973, pp. 170-200).

L'acheminement des marchandises peut être étudié de manière assez simple grâce aux correspondances commerciales et, plus spécifiquement, aux lettres de voiture. Ces documents, signés par les marchands expéditeurs, étaient remis aux transporteurs en même temps que les marchandises. Très normalisées, au point d'être chez beaucoup de commerçants pré-imprimées, elles indiquaient outre la date d'expédition, le nom du transporteur, le poids de la cargaison, le prix au cent pesant de la voiture des marchandises ainsi que le délai d'acheminement. Toutes ces informations permettaient aux marchands recevant les chargements de calculer les sommes dues aux voituriers, qu'ils payaient à la réception, et de procéder à d'éventuels recours en cas de réclamation. Ces documents, étudiés de manière sérielle, nous indiquent quels étaient les pôles d'expédition des marchandises en relation avec la Lorraine, et à quelles conditions les transports étaient effectués³⁰⁵.

Le tableau ci-dessous a été établi à partir des lettres de voiture conservées dans les fonds de plusieurs marchands importateurs : Jean-François Leléal de Nancy pour les années 1705 à 1711, Germain Empereur de Pont-à-Mousson pour les années 1739 à 1746 et Madeleine Clistre-Henry de Nancy pour les années 1760 à 1762³⁰⁶. Les deux premiers marchands étaient des détaillants de grande envergure spécialisés dans les étoffes et les accessoires de vêtement, important directement la plus grande partie de leurs marchandises. La dernière était une grossiste en épicerie. Nous avons sélectionné ces trois commerçants pour la quantité et la qualité de l'information disponible dans leurs fonds. Malgré la diversité de leurs spécialisations et le fait qu'Empereur ne réside pas à Nancy, les informations comprises dans les lettres de voitures peuvent être agrégées. Les grandes directions d'expédition représentées sont en effet les mêmes chez tous les marchands : le sud avec les marchandises en provenance de Lyon ou de Chalon, l'est avec des chargements arrivant de Strasbourg ou l'ouest, les cargaisons passant alors le plus souvent par Reims et Troyes : même si le poids des différentes directions varie selon les marchands, nos données sont ainsi suffisamment solides et nombreuses pour étudier l'évolution des prix de transport entre le début du siècle et les années 1760. La localisation septentrionale de Pont-à-Mousson par rapport à Nancy risque cependant d'affecter notre étude des prix de transports pour les années 1740, tant à la hausse pour les marchandises arrivant du sud qu'à la baisse pour celles en provenance de Reims. Il se peut par ailleurs que joue un « effet-place », la moindre importance commerciale de la ville renchérissant le prix des transports : nous pouvons tenter de l'évaluer en comparant l'écart des prix des voitures pour Pont-à-Mousson avec la tendance observée entre les années 1710 et 1760 pour Nancy.

Sans grande surprise, le relevé des principales places d'expédition concorde avec la liste des grandes places de commerce en relation avec la Lorraine. Les places d'approvisionnement secondaires, en particulier les plus éloignées, expédiaient cependant très peu de marchandises en droiture. La Lorraine n'était pas une direction commerciale suffisamment importante pour générer des flux réguliers de voitures en provenance d'espaces lointains. Les voituriers devaient en effet pouvoir effectuer des contre-voitures, ce qui leur

³⁰⁵ « L'étude de ces coûts suppose de prendre en considération plusieurs variables, à commencer par la distance des trajets et la vitesse de circulation. Il convient aussi de se demander dans quelle mesure le déséquilibre permanent entre l'offre et la demande sur un grand nombre d'itinéraires et les disparités structurelles des flux aller et retour pèsent sur les prix de transport. » (Anne CONCHON, « Les transports intérieurs sous la Révolution : une politique de l'espace », *Annales Historiques de la Révolution Française*, 2008, p. 16 sqq.).

³⁰⁶ Pour Nancy : Jean-François LELEAL (1704/1714) : 49 B 342 et 343 ; à croiser avec les factures pour les années 1707/1709 (49 B 339) et 1710/1714 (49 B 340). Dominique LELEAL (1723/1730) : 49 B 423 ; factures pour les mêmes années : 49 B 420. Pour les années 1760 : HENRY (49 B 661) ; 49 B 660 pour les factures ; MARION (49 B 699 : lettres de voiture et factures) ; THIERY (49 B 747 : lettres de voiture et factures). Pour PAM : GE : 1711/1718 (49 B 550 : lettres de voiture et factures) ; 1720/1730 (49 B 604) : lettres de voiture ; 49 B 601 (factures) ; 1730/1740 (49 B 605) ; factures : 49 B 602 et 603. Années 1750 (49 B 606) ; factures : 49 B 603. Pour Saint-Dié : Claude GAILLOT : années 1760 (49 B 636) ; factures 49 B 634.

évitait de voyager à vide : cela était possible entre des espaces proches et relativement intégrés économiquement, mais était peu probable entre des espaces éloignés. Les liaisons en droiture sur de longues distances ne joignaient en fait entre eux que les principaux pôles commerciaux - nombre de voituriers faisaient par exemple le trajet en droiture entre Marseille et Rouen ou entre Lyon et Amiens³⁰⁷. Les pôles commerciaux secondaires, lorsqu'ils étaient éloignés l'un de l'autre, étaient desservis par des itinéraires indirects³⁰⁸. Nous y reviendrons dans la deuxième partie de cette section de chapitre.

Rareté des voitures et contrainte de prix

L'expédition des marchandises depuis les grands pôles commerciaux ne se faisait cependant pas sans difficulté. Même dans une grande place de commerce comme Lyon, il pouvait être difficile de trouver des voituriers pour la Lorraine – ce qui imposait alors de faire conduire les chargements par des itinéraires détournés. Jean Chausson reçoit ainsi une lettre du marchand Faivre de Besançon datée du 29 avril 1746, lui indiquant que « d'ordre de MM. Boussieux et Vuillermoz de Lyon et provenant de M. Paulet de Lunel, je viens de vous expédier 17 caisses de liqueur par le nommé Joseph Perret voiturier du Grandvaux à 5 liv. % ». Les commissionnaires-expéditeurs lyonnais n'ayant trouvé des voitures que jusqu'à Besançon, c'est un commerçant bisontin de leur connaissance qui est chargé d'assurer l'expédition sur la dernière partie du trajet. A Lyon, une des alternatives au manque de voitures était la voie d'eau, y compris pour des marchandises peu pondéreuses comme les étoffes. Le marchand Cassagne écrit ainsi à Germain Empereur le 19 mars 1753 : « comme nous ne voyons que très rarement des voituriers de Lorraine, nous sommes obligés d'adresser par la rivière les marchandises à Chalon. Vos deux colis furent adressés à MM. Boisserand et Comperat dudit Chalon, auxquels nous avons écrit deux fois de vous la faire parvenir avec toute la diligence possible ». Ils espéraient ainsi trouver à Chalon-sur-Saône des voituriers par route en partance pour la Lorraine.

La relative difficulté de trouver des voitures en direction de la Lorraine se reflète dans les prix relativement hauts des expéditions vers Nancy. Pour les années 1760, grâce aux relevés effectués par Jacqueline Roubert, il est possible de comparer le coût relatif des voitures pour Nancy et Lyon. Pour ce faire, nous avons ramené le prix du roulage du cent pesant sur chaque itinéraire au prix de la voiture d'un cent pesant pour 100 km³⁰⁹. La mise en regard de ces données avec celles dont nous disposons pour Lyon à la même époque suggère que les expéditions de marchandises en Lorraine souffraient manifestement d'un surcoût par rapport à celles à destination d'une grande place marchande³¹⁰.

³⁰⁷ CARRIERE, « Les transports intérieurs », *Négociants marseillais*, tome 2, pp. 621-716 ; Jacqueline ROUBERT, « Essai sur les transporteurs de marchandises en relation avec le commerce lyonnais au XVIIIe siècle », *Actes du 92^e congrès des sociétés savantes. Section d'histoire moderne et contemporaine*, t. 2 : *le commerce et l'industrie*, 1970, p. 99 à 177.

³⁰⁸ « La dilatation de « l'espace français » est extrême, les relations nationales sont difficiles et lentes. La route traverse le territoire ; elle ne le fait pas participer, dans sa masse, à une vie profonde, à la fois diverse et unifiée. Sans doute depuis longtemps les draps d'Amiens et de Reims se dirigeaient vers Lyon, Marseille et Toulouse ; les vins de Bourgogne descendent la Seine vers Paris et Rouen, les soieries lyonnaises traversent le Massif Central et le Bassin Aquitain. Mais au-dessous de quelques grands centres et de quelques directions majeures, végètent des myriades de marchés locaux, isolés les uns par rapport aux autres », Pierre LEON et Charles CARRIERE, « L'appel des marchés », in Fernand BRAUDEL et Ernest LABROUSSE (dir.), *Histoire Economique et Sociale de la France*, tome 2, Paris, PUF, 1993, pp. 161-216 (citation p. 166).

³⁰⁹ L'itinéraire ainsi calculé correspond à la distance entre deux villes par les routes royales – les mieux entretenues et donc sans doute les plus commodes à emprunter. Nous raisonnons donc par rapport aux itinéraires les plus simples, et probablement les plus employés par les transporteurs.

³¹⁰ ROUBERT, « Essai sur les transporteurs de marchandises », tableaux, pp. 136-167.

Prix des voitures jusqu'à Nancy pour un cent pesant (années 1760)		Prix en liv. t. en valeur absolue		Prix en liv. t. pour 100 km	
Localité de départ	Distance en km	Prix minimum	Prix maximum	Prix minimum	Prix maximum
Reims	210	4,72	4,72	2,25	2,25
Strasbourg	160	3,00	3,00	1,88	1,88
Lyon	400	5,25	6,25	1,31	1,56
Chalon-sur-Saône	280	3,00	4,25	1,07	1,52

Prix des voitures jusqu'à Lyon pour un cent pesant (années 1760)		Prix en liv. t. en valeur absolue		Prix en liv. t. pour 100 km	
Localité de départ	Distance en km	Prix minimum	Prix maximum	Prix minimum	Prix maximum
Sedan	580	7,5	8,5	1,29	1,47
Rouen	600	5,5	7,5	0,92	1,25
Amiens	660	8,0	8,0	1,21	1,21
Besançon	250	2,5	3,0	1,00	1,20
Orléans	430	5,0	5,0	1,16	1,16
Paris	470	5,25	5,25	1,12	1,12

Pour les marchandises en provenance de la France du Nord, où le réseau des grandes routes était étendu et bien entretenu, les expéditions de marchandises étaient en moyenne 50 à 70 % moins chères pour Lyon que pour Nancy : l'acheminement de cent livres pesantes de marchandises dans cette dernière ville revenait à 1,9 ou 2 liv. t. environ, contre 1,1 à 1,3 liv. t. à Lyon. Les prix des voitures pour 100 km en direction de Lyon sont cependant très élevés depuis le sud de la France, aux conditions de transport plus difficiles³¹¹. Il était ainsi sensiblement plus cher de faire expédier des marchandises à Nancy, pôle commercial à l'écart des grandes directions, que dans une place négociante de première importance comme Lyon. Il faudrait cependant d'autres points de comparaison, notamment avec des villes de taille équivalente à Nancy, pour conclure résolument à l'isolement de la Lorraine du point de vue des transports.

2.1.2. Les contraintes spécifiques de la voie d'eau

La difficulté à faire des contre-voitures entre la Lorraine et les espaces d'approvisionnement les plus éloignés imposait aux cargaisons de nombreuses ruptures de charge, les voituriers refusant de faire des voyages à vide. A ces contraintes économiques s'ajoutaient pour les transports par voie d'eau différents impératifs techniques et

³¹¹ Bernard LEPETIT, *Chemins de terre et voies d'eau : réseaux de transports et organisation de l'espace en France (1740/1840)*, Paris, Editions de l'EHESS, 1984

institutionnels, qu'il s'agisse de la largeur, de la profondeur et du débit des cours d'eau ou des différents « droits d'étape » imposés aux marchandises en transit.

C'est dans le bassin du Rhin que ces impératifs pesaient le plus lourd. Les marchandises en provenance de Hollande arrivant en Lorraine par la voie du Rhin et de la Moselle passaient nécessairement par Cologne, dont les négociants étaient parvenus au XVII^e siècle à faire appliquer très strictement un droit d'étape sur les marchandises transitant par la ville³¹². Toutes devaient y être déchargées pour être réexpédiées par des commerçants locaux. Au XVIII^e siècle, la prospérité des commissionnaires-expéditeurs de Cologne dépendait en particulier de l'expédition par le Rhin des cargaisons indiennes débarquées en Hollande à destination de l'Europe intérieure³¹³. Les marchandises étaient alors transbordées sur des navires de taille moindre pour être expédiées jusqu'à Trèves par le Rhin puis la Moselle, autre point de rupture de charge obligatoire pour cause de droit d'étape. Une fois à Trèves, l'arbitrage ne se faisait pas tant entre la voie d'eau et la voie de terre, qu'entre deux itinéraires par voie d'eau, la Sarre ou la Moselle, inégalement chargés de droits et de formalités douanières³¹⁴. Que dans les années 1770 les puissances politiques locales aient cherché à promouvoir les deux voies – la France la Moselle jusqu'à Metz, la principauté de Nassau la voie sarroise jusqu'à Sarrebruck – importe finalement peu, au-delà de la chronique diplomatique³¹⁵. Quel que soit l'itinéraire retenu, une rupture de charge supplémentaire était en effet nécessaire dans l'une ces deux localités pour que les marchandises puissent être acheminées à Nancy : la Sarre n'est en effet plus navigable en amont de Sarrebruck, tandis que le rétrécissement de la Moselle impose aux marchandises arrivant à Metz soit le transbordement sur des navires de plus petite taille – d'où ils peuvent parvenir au port de Nancy, le Crône – soit le recours à la voie routière. Les marchands lorrains devaient quoi qu'il en soit compter sur trois ruptures de charge, imposées aussi bien par les contraintes des sites que par la persistance des droits d'étapes.

Depuis Lyon, les marchandises pondéreuses destinées au nord-est de la France étaient généralement expédiées par la Saône. Cet itinéraire était cependant relativement court, à peine 150 km, à cause du rétrécissement rapide du cours de la rivière. Sa navigation n'était en fait vraiment aisée qu'entre Lyon et Chalon : elle devenait plus difficile en amont de cette ville, et presque impossible à partir de Verdun-sur-le-Doubs³¹⁶. Chalon était ainsi le terminus des plus gros bateaux remontant la Saône : depuis le début du siècle au moins, les marchandises à destination de la Lorraine y étaient déchargées et remises à des voituriers pour poursuivre leur

³¹² COSTER, *op. cit.*, 6^e lettre, p. 118 : « Nous recevons par la voie du Rhin, de la Moselle et de la Meurthe, aux portes de Nancy, les sucres, les épiceries que la Hollande nous envoie, les toiles peintes et les étoffes des Indes que nous achetons ou qu'elle achète pour nous de la Compagnie des Indes de France. »

³¹³ Dietrich EBELING, *Bürgertum und Pöbel: Wirtschaft und Gesellschaft Kölns im 18. Jahrhundert*, Cologne, Böhlau Verlag, 1987, pp. 61-62. Les expéditionnaires (une cinquantaine à la fin du XVIII^e siècle sur 600 marchands environ dans la ville) prenaient 0,33 % de commission en valeur sur les marchandises expédiées, p. 61 à 67.

³¹⁴ Sur la promotion de la Sarre, reprendre BLOUET, *Mémoire sur cette question : Quels sont les obstacles politiques qui s'opposent aux progrès de la navigation, relativement au commerce, sur les rivières des Trois Evêchés, principalement la Moselle ; et quels sont les moyens de détruire ou diminuer ces obstacles*, Metz, 1772, 3^e et 4^e parties.

³¹⁵ François-Yves LE MOIGNE, « Plaidoyer pour le commerce messin », *Bulletin de la Société Lorraine des Etudes Locales dans l'Enseignement public*, 1967, 1, pp. 1-17 ; Mathieu SCHWANN, *Geschichte der Kölner Handelskammer*, Cologne, P. Neubner, 1906, p. 56.

³¹⁶ Georges-René BUCHER, « Le commerce du port de Chalon au XVIII^e siècle », *Annales de Bourgogne*, LI, 1979, pp. 158-185, p. 159 (citant un mémoire de vendémiaire an III (AD 21, L 1070), « dans le temps des basses eaux, la partie qui coule sur le territoire de la Côte d'Or n'a pas suffisamment d'eau pour entretenir une navigation pérenne et il se trouve des intervalles assez longs pendant lesquels la navigation est interrompue. »)

route vers le nord ou l'est³¹⁷. Vers le milieu du siècle, nombre d'expéditions à destination de la Lorraine se faisaient en droiture depuis la ville : c'était à ce titre un des pôles d'expédition les mieux représentés dans notre échantillon de lettres de voitures. Les commissionnaires chalonnais, devant la disponibilité aléatoire des voituriers, envoyaient cependant fréquemment les chargements à des marchands d'autres localités – à charge pour eux de leur faire terminer leur route vers la Lorraine. Cette fonction occasionnelle d'intermédiation était remplie par Besançon ou, au début du siècle tout au moins, par Auxonne³¹⁸. Le nombre plus ou moins important de ruptures de charge démultipliait en tout cas les délais de transbordement, les risques d'abîmer les marchandises ou les retards de livraison.

2.2. L'appui sur les chaînes d'intermédiation

Les nombreuses ruptures de charge rendaient inévitable, pour acheminer les chargements, de recourir à des marchands installés dans différents pôles commerciaux³¹⁹. La circulation des marchandises reposait ainsi sur la coordination entre marchands, qui réceptionnaient les envois de leurs correspondants et les remettaient à des voituriers pour le compte d'autres correspondants. Pour garantir leurs approvisionnements depuis les places les plus éloignées, les marchands lorrains devaient donc s'en remettre à des chaînes d'intermédiation reliant des commerçants faisant fonction de commissionnaires d'expédition : il pouvait s'agir de leurs propres relations d'affaires, de négociants inconnus d'eux mais actifs sur des places faisant fonction de « hubs » ou encore d'acteurs spécialisés voire para-institutionnels, comme les commissionnaires-expéditeurs ou les « carrosses » - les coches et diligences dotés de privilèges spécifiques sur un itinéraire donné.

En un sens, les fournisseurs des marchands lorrains jouaient tous un rôle de commissionnaires expéditeurs. Ils étaient en effet chargés par leurs clients de trouver dans leur ville des voituriers en partance pour la Lorraine voire, pour les destinations les plus lointaines, d'établir des itinéraires d'acheminement plus ou moins complexes³²⁰. Un fournisseur régulier de la Veuve Navière, le marchand de Lille Lorthioir, lui écrit ainsi le 14 juin 1757 que « conformément à vos ordres je viens de mettre en mains du voiturier de Reims la balle de fils qu'il vous a plu m'ordonner, marquée 'VN', pour laquelle j'ai donné ordre à M. Gerday de Reims, commissionnaire des voitures de Nancy, d'en faire les devoirs requis pour vous la faire parvenir ». Il n'était d'ailleurs pas rare de voir les fournisseurs s'enquérir de la bonne livraison des marchandises et de l'état d'avancement de l'acheminement. A la Veuve Navière qui s'inquiétait de ne pas recevoir un envoi, son fournisseur lyonnais Cassagne répond ainsi le 22 mai 1753 : « au moment de la réception de votre lettre du 3 du courant, nous écrivîmes à notre commissionnaire à Chalon de vous expédier le petit colis que nous lui avons adressé pour vous. Il nous a fait réponse le 14 du courant qu'il le ferait partir sans faute dans la semaine avec plusieurs autres expéditions qu'il a pour la Lorraine qu'il adresse à

³¹⁷ Lettre de MARTIN de Chalon du 5 septembre 1746 pour retard à la réception de marchandises (huile, mercerie, savon) : « elles ne sont arrivées ici que le 22 du passé au soir et le 23 ont été déchargées et je vous les ai expédiées le même jour à 3 liv. 10 s. le 100. Voilà le meilleur marché de voiture que l'on a chargé ».

³¹⁸ BUCHER, « Le commerce du port de Chalon au XVIIIe siècle », pp. 158-185 ; P.-J. ANTOINE, *Navigation de la Saône ou mémoire et projets pour augmenter et établir la navigation sur les rivières du Duché de Bourgogne*, Amsterdam, 1774.

³¹⁹ « Le roulage structure une géographie particulière, faite de lieux de transit ou de transit et de dépôt, qui ne reproduit pas tout à fait la hiérarchie urbaine. Ce réseau complexe de transports suppose un enchaînement d'alliances et de connaissances qui échappent au négociant mais dont il bénéficie. » (Denis WORONOFF, *La circulation des marchandises dans la France d'Ancien Régime*, Paris, CHEFF, 1998, « Introduction », p. VI).

³²⁰ « Les voituriers s'entendaient directement avec les marchands qui avaient des ballots à enlever ou, le plus souvent, s'adressaient à des commissionnaires-chargeurs ou à des facteurs de rouliers. Ceux-ci, groupant plusieurs envois pour une même ville, leur permettaient de partir plus facilement 'en droiture' avec une voiture complète. » (ROUBERT, « Essai sur les transporteurs de marchandises », p. 114).

Nancy ». La recherche du voiturier, la combinaison des itinéraires voire la recherche d'informations sur l'avancement de l'expédition n'étaient pas facturées au client : il s'agit ici de prestations de services qui n'étaient pas rémunérées d'une manière financière, mais qui rentraient vraisemblablement dans le cadre d'une économie plus générale de l'échange de bons procédés entre marchands³²¹. La qualité du service rendu obligeait implicitement les destinataires finaux des marchandises envers ceux qui s'étaient chargés de l'expédition – par exemple, à faire des paiements rapides en effets de bonne qualité. Une sorte de comptabilité informelle s'introduit sans doute ici, qui contribue à souder les liens entre marchands.

Ces liens « d'amitié » entre commerçants – pour reprendre leur vocabulaire – s'avéraient utiles pour assurer la coordination des flux de marchandises en provenance de places éloignées. Les fournisseurs amiénois de Germain Empereur n'envoyaient ainsi pas systématiquement leurs marchandises à Pont-à-Mousson en droiture : Empereur leur demandait souvent d'adresser les ballots à ses correspondants de Reims ou de Troyes, à charge pour eux de faire réexpédier les marchandises en Lorraine³²². Les marchands en question étaient des fournisseurs de longue date d'Empereur, chez qui il faisait régulièrement des achats importants : ils acceptaient vraisemblablement de lui rendre ce service en récompense de sa longue fidélité. S'appuyer sur ses « amis » pour l'acheminement des marchandises était sans doute une manière de limiter les frais d'expédition, puisqu'ils ne facturaient semble-t-il aucune commission en sus des éventuels frais de place : nous n'en trouvons tout du moins trace ni dans les comptes courants, ni dans les correspondances.

Dans les places où les commerçants lorrains ne comptaient pas de correspondants dont « l'amitié » était entretenue par des achats massifs et fréquents, ils devaient s'en remettre aux commissionnaires-expéditeurs de profession – qui pour leur part, leur facturaient leurs services. Le commerce avec les ports français imposait ainsi à Jean Chausson de Nancy de s'appuyer sur des places-relais comme Orléans pour les relations avec Nantes ou Lyon pour les relations avec Marseille³²³. Cette profession ne se trouve vraisemblablement représentée que dans certains grands centres commerciaux ou de transit, et pour certaines directions seulement : pour les expéditions passant par les petits pôles commerçants, il fallait sans doute compter sur les solidarités internes fondées sur l'interconnaissance³²⁴.

Il est sans doute excessif d'opposer une modalité « encadrée » de l'acheminement des marchandises, reposant sur les solidarités marchandes et « l'amitié », et une modalité « dépersonnalisée », reposant sur des acteurs institutionnels spécifiques comme les commissionnaires-expéditeurs ou les réseaux postaux. Outre que l'expédition des marchandises s'appuyait bien souvent sur une combinaison des services de tous ces types d'acteurs, des relations étroites, de « confiance » pouvaient se tisser entre marchands et commissionnaires-expéditeurs. L'exemple des coches, dont le réseau d'étend progressivement au XVIIIe siècle dans toute l'Europe de l'ouest, est à cet égard révélateur. Dans l'espace français et en Lorraine, les commandes de petit volume étaient en théorie expédiées

³²¹ Ce qui par contre est facturé, c'est l'ensemble des frais déboursés sur le lieu de l'expédition pour le compte du destinataire. **Citer !**

³²² Lettre de Jean-Baptiste DURIEUX l'aîné d'Amiens, du 31 août 1731 pour envoi de pluches et de bouracans pour 321 liv. : « pour envoi fait d'Amiens le 31 août 1731 adressé à M. Paul CLICQUOT marchand à Reims, avec ordre de faire partir à l'arrivée ».

³²³ CARRIERE, *Négociants marseillais*, tome 2, p. 668. Cela confirme ainsi le rôle d'Orléans comme carrefour français pour la circulation des marchandises, et valide les intuitions à ce sujet de Pierre Jeannin (« Intervention » dans la Table Ronde, *La circulation des marchandises*, Paris, CHEFF, 1998, p. 168).

³²⁴ Pierre JEANNIN, « Intervention » dans la Table Ronde, *La circulation des marchandises*, Paris, CHEFF, 1998, p. 168 : « le recours à la technique de la commission n'était pas inconnu au XVIe siècle, mais le marchand même notable semble avoir employé habituellement à cette époque des commis (facteurs, procureurs, voire domestiques) itinérants, ou représentant leur maître sur telle ou telle place. Au XVIIe siècle, la commission, fixant bien le partage des responsabilités entre commettant et commissionnaire, semble devenir la forme la plus répandue des modalités du négoce. Il est concevable que parallèlement ait émergé un métier d'expéditeur. »

obligatoirement par les « carrosses », c'est-à-dire par les voitures publiques privilégiées circulant entre les plus grandes villes³²⁵. Dès les années 1720, le carrosse de Paris à Strasbourg est très utilisé pour faire venir des marchandises achetées à Paris - souvent des produits peu pondéreux comme des rubans de soie. Dans l'expédition des marchandises depuis Lyon hors période des foires, le carrosse de Lyon à Paris jouait également un rôle important : les ballots étaient déchargés à Dijon, pour être placés ensuite dans le carrosse de Nancy³²⁶. La fréquence des relations entre les marchands et les conducteurs et maîtres des carrosses finissait en fin de compte par générer entre eux le même type de liens qu'entre commerçants « amis » - ne serait-ce que parce que les maîtres des carrosses détenaient souvent leurs privilèges pour une durée longue. C'est le cas de la famille Karcher, de Sarrebruck, qui pendant les deux premiers tiers du XVIIIe siècle détint le privilège du carrosse entre Sarrebruck et Francfort, assurant ainsi la voiture des marchandises jusqu'en Lorraine. Cette forte interconnaissance permettait toutes sortes d'arrangements. Le négociant francfortois Leerse pouvait ainsi écrire à Empereur le 31 juillet 1728 : « j'ai aussitôt choisi le plus exactement possible (les marchandises) et fait emballer pour la remettre à Karcher, qui étant arrivé hier est reparti ce matin. Mais comme il n'avait que le coche et huit personnes avec leurs hardes, il n'a pu prendre cette balle quoique je l'en aie fortement prié. Il m'a promis de la prendre au premier voyage qui sera dans cinq ou six jours »³²⁷. Il n'en reste pas moins que le développement de ces intermédiaires commerciaux au XVIIIe siècle a probablement contribué au recul de la coordination de la circulation des marchandises assurée par les relations interpersonnelles entre marchands.

2.3. Des contraintes de transport à nuancer

L'incertitude inhérente aux transports des marchandises était d'autant plus forte pour les marchands lorrains que les ruptures de charge étaient nombreuses : les retards de livraison étaient ainsi monnaie courante, et les risques de perte, de vol ou de dégradation des chargements étaient démultipliés. Par ailleurs, la situation marginale de la Lorraine par rapport aux grands flux de marchandises contribuait à maintenir les prix du fret relativement élevés par rapport à d'autres places mieux intégrées dans les flux de circulation. Le coût des transports est cependant resté globalement stable entre le début du siècle et les années 1760, et ce malgré la hausse des prix des marchandises : le coût relatif de l'acheminement a donc diminué au fil du siècle. Les marchands lorrains fréquentaient en outre assidument les grandes foires des pourtours des Duchés, où ils rencontraient des commerçants de leurs principaux espaces d'approvisionnement : ces derniers apportant en foire les marchandises qu'ils leur vendaient, les commerçants lorrains étaient déchargés d'une bonne partie des contraintes d'acheminement.

2.3.1. Stabilité et modicité du prix des voitures

³²⁵ Anne CONCHON, « Postes et messageries en France (milieu du XVIIe s. - fin XVIIIe s.) : prix et économie du transport des lettres », *Postes d'Europe XVIIIe- XXIe siècles. Jalons d'une histoire comparée / Post Offices of Europe 18th-21th century*. A comparative history, colloque, Paris 10-12 juin 2004, Paris, Comité pour l'histoire de la poste, 2007, pp. 221-233. ; Id., « Transports et circulation au XVIIIe siècle : la construction du marché intérieur entre concurrence et régulation », Colloque *Marchés et concurrence II : droits et institutions* (10-11 décembre 2009), IGPDE-MINEFE-Bercy, 2010.

³²⁶ Lettre à Vve CHONETTE et fils du 7 mars 1754 pour commande de droguets, étamines, popeline et taffetas.

³²⁷ Cette importance des KARCHER de Sarrebruck dans le commerce lorrain est tout à fait notable. Ainsi, ils sont non seulement entrepreneurs des coches entre Francfort et Sarrebruck, mais aussi voituriers. Faut-il y voir la constitution d'un monopole sur un itinéraire donné ?

La charge que faisait peser sur le commerce lorrain le prix des expéditions doit être fortement nuancée pour au moins deux raisons. Le prix de ces voitures représentait tout d'abord, sauf pour les produits pondéreux, une part modeste du prix des commandes et ne compromettait pas les gains des marchands. Par ailleurs, tout indique que le prix de ces voitures a été assez stable pendant le XVIII^e siècle, ce qui compte tenu de l'inflation a contribué à diminuer le coût relatif du transport.

Modicité du coût des transports et stabilité des prix

L'analyse diachronique du prix des voitures à destination de la Lorraine laisse supposer qu'après une baisse dans les années 1720, le coût des transports a connu au XVIII^e siècle une relative stabilité.

Prix des voitures en liv. t. par cent pesant	Voitures jusqu'à Nancy (Années 1710)		Voitures jusqu'à Pont-à-Mousson (Années 1740)		Voitures jusqu'à Nancy (Années 1760)	
	Prix minimum	Prix maximum	Prix minimum	Prix maximum	Prix minimum	Prix maximum
Amiens	6,5	7,5				
Châlons	4,5	5,0				
Lyon	7,0	9,0	6,25	8,5	5,25	6,25
Paris	5,5	7,0				
Reims	4,0	5,5	3,5	4,5	4,72	4,72
Strasbourg	3,0	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0
Troyes	4,0	5,0	3,25	4,0		

Entre les années 1710 et les années 1760, il semblerait que les prix du fret à destination de Nancy aient légèrement baissé. L'essentiel de cette diminution a vraisemblablement eu lieu dans les années 1720 et 1730 : dans les années 1740, le prix des voitures à destination de Pont-à-Mousson, place pourtant excentrée et pour laquelle le fret doit être assez cher, est en effet déjà plus bas que celui des voitures pour Nancy dans les années 1710. Le haut niveau des prix au début du siècle est probablement conjoncturel : en cette période de guerre sur les frontières du nord et du nord-est du Royaume, les voituriers ont probablement été très sollicités pour le transport des fournitures militaires, limitant par là même l'offre de voitures aux marchands et faisant croître les prix³²⁸. A partir des années 1740, il se peut que le prix du fret soit resté stable : les prix pour Pont-à-Mousson dans les années 1740 sont en fait à peine supérieurs à ceux pour Nancy dans les années 1760. Ces observations rejoignent celle de Charles Carrière pour le sud-est de la France, où le prix des voitures entre les années 1730 et les années 1790 est d'une admirable régularité, tant entre Marseille et le Languedoc qu'entre Marseille et Lyon. La tendance est au demeurant la même à Lyon au XVIII^e siècle³²⁹. La Lorraine participe donc, du point de vue du prix des voitures par voie de terre, d'une conjoncture séculaire commune au moins à toute la moitié est de la France, qui voit la stabilité du coût nominal des transports.

³²⁸ CARRIÈRE, *Négociants marseillais*, tome 2, pp. 691-692.

³²⁹ ROUBERT, « Essai sur les transporteurs de marchandises », tableaux, pp. 136-167.

Coûts de transport et arbitrages sur les lieux d'approvisionnement

L'analyse du coût des transports n'a cependant pas grand sens si on ne le met pas en regard du prix d'achat des produits. Une telle analyse est possible à partir des fonds de Germain Empereur, marchand d'étoffes, et de Jean Chausson, grossiste en épicerie : leurs livres de comptes nous indiquent à quel prix ils achètent leurs marchandises, tandis que les lettres de voiture reçues par Empereur et les comptes des marchands-commissionnaires en relation avec Chausson permettent d'évaluer les coûts d'acheminement.

Les étoffes étaient transportées dans des ballots de plusieurs dizaines voire plusieurs centaines de livres pesant. Les fournisseurs s'efforçant de minimiser les coûts d'expédition, on trouvait dans les chargements des marchandises de diverses provenances, et bien souvent même des produits destinés à plusieurs commerçants de la même place. Il n'est ainsi pas aisé d'assigner une pièce d'étoffe mentionnée dans le journal d'achats à un chargement annoncé par lettre de voiture : les calculs de prix de transport de produits particuliers sont en pratique très difficiles à effectuer. On peut cependant tenter d'évaluer le coût d'acheminement des tissus, en calculant son niveau moyen pour une aune d'étoffe. Le *Dictionnaire universel du commerce* de Savary ainsi que les travaux de Roland de la Platière précisent la largeur et le poids d'un certain nombre de tissus très consommés en Lorraine, notamment les cadis achetés à Lyon ou les dauphines et étamines en provenance de Champagne. Les modèles les plus courants de ces étoffes mesuraient une demi-aune de large, soit 0,58 m : une aune d'étoffe mesurait donc 0,673 m². Sachant qu'un m² d'étoffe de laine pesait environ 400 g, et qu'une lb. pèse 450 g, un cent pesant correspondait à une charge de 170 aunes d'étoffes environ. Le tableau suivant indique pour chaque type d'étoffes le prix à l'achat d'un cent pesant de marchandises et le coût de la voiture³³⁰.

Coût de l'acheminement en liv. t. par produit		Prix d'achat à l'aune	Prix du cent pesant	Prix maximum de la voiture	Prix de la voiture / prix d'achat en %
Etamine (acheminée de Reims)	à quadrille	1,5	255,00	4,5	1,8
	rayée	1,875	318,75	4,5	1,4
Dauphine (acheminée de Reims)	1e prix	1,25	212,50	4,5	2,1
	2e prix	1,35	229,50	4,5	2,0
	3e prix	1,4	238,00	4,5	1,9
Cadi (acheminé de Lyon)	1e prix	0,925	157,25	8,5	5,4
	2e prix	1	170,00	8,5	5,0

Le coût du transport des étoffes était en définitive assez modéré. Rapporté à de petites étoffes bon marché comme les cadis, en provenance de Lyon, cela représentait un coût équivalent à 5 % du prix d'achat ; pour des étoffes plus lourdes et plus chères comme les étamines, les dauphines ou les pluches, en provenance de Champagne, cela ne représentait que 2 % du prix d'achat. Sa stabilité le rendant prévisible, il n'était pas de nature à

³³⁰ Les prix d'achat des étoffes sont ceux relevés dans le journal d'achats de Germain Empereur.

bouleverser l'échelle des prix de vente des marchandises. Les marges brutes que les marchands d'étoffes devaient réaliser pour couvrir les frais de transport pouvaient de ce fait rester limitées.

Les produits d'épicerie étaient quant à eux des marchandises pondéreuses, qui devaient supporter des prix de transport nettement plus élevés que les étoffes. La comptabilité conservée de Jean Chausson de Nancy contient ses livres d'achats, dans lesquels il retranscrivait les factures des commissionnaires-expéditeurs de Lyon ou de la vallée du Rhin qui lui expédiaient les marchandises depuis Marseille ou les ports de Hollande. La précision de ces factures nous permet, pour un certain nombre de chargements, de calculer les coûts de transport – dans lesquels nous incluons à la fois les voitures à proprement parler et les frais de place pour le transbordement. Retenons que nous n'avons pas, pour les chargements étudiés, d'indication sur le prix des transports entre le lieu de la dernière rupture de charge et Nancy : dans les faits, nous ne pouvons calculer que les frais de transport jusqu'à Sarrebruck pour l'axe rhénan et jusqu'à Lyon ou Chalon pour l'axe rhodanien.

Le Rhin était un axe de circulation assez bon marché : malgré les frais de place et de transbordement à payer à Cologne et à Trèves, l'acheminement des marchandises était peu onéreux – reflet du faible coût de la voie d'eau. Deux exemples de marchandises pondéreuses achetées en commission à Rotterdam en mars 1750 suffisent à illustrer ce point :

- a) Le 3 mars 1750, la maison Roemmich de Rotterdam effectue un achat de sucre mélisse et de soufre pour 2095 fl. 17 st. (soit 6180,75 liv. l. au pair). Le coût total de l'acheminement entre Rotterdam et Sarrelouis monte à 125 Rx. 31 kr. (soit 607,1 liv. l. au pair), ce qui représente un peu moins de 10 % du prix d'achat.
- b) L'envoi couplé de cire blanche, marchandise moins pondéreuse que le sucre, facturé par Hanlo de Rotterdam le 11 mars 1750 à 1011 fl. 10 st. et de sucre vendu par Roemmich pour 1630 fl. 10 st. revient jusqu'à Sarrelouis à 75 Rx. 39 kz. et 53 liv. t. 8 s., soit en tout 434,8 liv. l. Cela représente 5,6 % du prix d'achat.

Les envois depuis Marseille, effectués par voie d'eau jusqu'à Lyon ou Chalon et par la route pour le reste du trajet, revenaient par contre nettement plus cher. Prenons là encore quelques exemples :

- a) Pour des produits semi-pondéreux, le coût du transport était élevé. Le 19 mars 1750 la maison Seurat de Marseille envoie à Chausson du soufre, de l'anis, de la gomme et du réglisse pour un montant de 586 liv. t. 1. s. 3 d. Pour la voiture et les frais de douane et de place, les commissionnaires lyonnais doivent déboursier 141 liv. t. 19 s. 3 d. Ils parviennent à négocier la voiture des marchandises entre Lyon et Nancy au prix très bas de 5 liv. t. du cent pesant. L'acheminement, sans compter les frais d'entrée en Lorraine ou à Nancy, monte ainsi à 238,65 liv. t. – soit presque 41 % du prix d'achat.
- b) Les produits pondéreux revenaient plus cher encore à l'expédition : l'envoi de savon depuis Marseille par la même maison de commerce le 15 juillet 1750, pour un montant de 3917 liv. t. 19 s. 6 d., entraîne pour les commissionnaires lyonnais le paiement de 1464 liv. t. 16 s. en voiture et frais de place. Avant même d'avoir été réexpédié à Nancy, la marchandise devait ainsi supporter des frais d'acheminement équivalant à 38 % du prix d'achat.
- c) Le coût d'acheminement des marchandises les moins pondéreuses étaient par contre beaucoup plus faibles : la voiture et les frais de la commande de coton expédiée par Seurat le 20 octobre 1750, d'un montant de 2131 liv. t. 8 s. 6 d., ne reviennent aux commissionnaires lyonnais qu'à 168 liv. t. 10 s., soit 7,9 % du prix d'achat.

Le haut prix de revient de l'acheminement de produits pondéreux depuis Marseille explique pourquoi Chausson s'efforçait de limiter ses achats dans la ville, s'en tenant aux

productions locales comme l'huile d'olive ou le savon, ou bien aux marchandises pour lesquelles Marseille faisait fonction de point d'entrée dans le Royaume - comme le coton. La structure des prix de transport par itinéraire faisait que l'acheminement des marchandises était nettement plus onéreux par la vallée du Rhône et de la Saône que par celle du Rhin et de la Moselle – sans même parler de la vallée de la Loire. Les produits d'épicerie étaient largement substituables, ne serait-ce que parce qu'ils venaient du même endroit : les épices, le café, le sucre arrivant en Hollande provenaient pour une bonne partie de Saint-Domingue, transitant par le port de Bordeaux. Malgré cela, étant donné le prix des voitures, il n'y avait pas de concurrence possible entre la Hollande, la Provence et les ports de l'Atlantique pour l'approvisionnement de la Lorraine.

2.3.2. La place des foires dans les approvisionnements de la province

Les grandes foires des espaces périphériques jouaient un rôle majeur dans la collecte et la redistribution des marchandises, et ce jusqu'à la fin du XVIII^e siècle : celles de Francfort, de Champagne et – selon des modalités spécifiques – de Lyon étaient d'une importance considérable pour le commerce lorrain. Les grandes directions d'approvisionnement de la province étaient en fait organisées autour d'une grande foire ou d'un système de foires, qui attiraient les marchands d'un large bassin de recrutement : Francfort pour le Saint-Empire, Reims et Troyes pour le nord et l'ouest du Royaume de France, Strasbourg pour les espaces alémaniques. Les foires démultipliaient l'offre dont les marchands lorrains pouvaient disposer et réduisant les contraintes d'acheminement qui pesaient sur leurs commandes.

Foires et réduction de la contrainte de transport

L'intérêt principal des foires pour les marchands importateurs lorrains, au-delà même de la découverte de nouveaux produits, résidait dans la prise en charge d'une partie des contraintes de transport par leurs fournisseurs. Ceux-ci préparaient en fait soigneusement chaque foire : ils adressaient quelques semaines auparavant à leurs clients les plus fidèles des échantillons des dernières marchandises ou leur envoyaient des commis-voyageurs les leur présenter. Une telle pratique permettait aux fournisseurs de constituer efficacement les stocks à apporter aux foires, en les adaptant au plus juste à la demande effective. Comme certains marchands devaient en effet traverser la France pour se rendre aux foires, le coût du déplacement pesait fortement dans leurs frais. En ajustant les quantités transportées à la demande effective, ils parvenaient à limiter les invendus et par là même à minimiser les coûts de transport tant à l'aller qu'au retour³³¹. Dans bien des cas, la fonction d'expédition des foires l'emportait donc sur celle de présentation des marchandises.

C'est ainsi que certaines foires, comme celles de Lyon, devinrent de plus en plus virtuelles au fil du siècle : les marchands de la place recouraient en fait aux privilèges des foires pour faire des expéditions en franchise sans pour autant tenir de foires à proprement parler³³². Comme l'écrit Marcel Vigne citant un mémoire du milieu du XVIII^e siècle : « il n'en est pas des foires de Lyon comme de celles de Beaucaire et de la plupart des autres foires du Royaume. Dans celles-ci, il se fait un concours de marchands et un transport de marchandises dans un lieu destiné pour tenir la foire. À Lyon au contraire, dans les quinze jours fixés pour

³³¹ Gérard GAYOT, « La main invisible qui guidait les marchands aux foires de Leipzig : enquête sur un haut lieu de la réalisation des bénéfices, 1750-1830 », in « Les territoires de l'économie », n° spécial de la *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 48, 2-3, 2001, pp. 72-103.

³³² ROUBERT, « Essai sur les transporteurs de marchandises », p. 101 ; Anne CONCHON, « Circulation fluviale et économie urbaine au XVIII^e siècle : Lyon à la confluence de la Saône et du Rhône », *La Citta e il fiume*, colloque, 24-26 mai 2001, Rome, École française de Rome, 2007, p. 227-237.

chaque foire, ce n'est pas dans un lieu déterminé que se tient la foire et où les marchandises sont transportées. Les quinze jours ne sont en quelque sorte que pour l'expédition des marchandises qui entrent et sortent pendant la foire. »³³³ Les marchands lorrains demandaient ainsi fréquemment à leurs correspondants du Forez de faire parvenir leurs commandes à leurs correspondants lyonnais dans le temps des foires, pour que ces derniers aient le temps de leur en faire l'expédition en franchise. Une telle pratique se retrouvait, de manière plus atténuée, sur les foires de Reims et de Troyes : dans les années 1770 les commerçants lorrains d'envergure modeste fréquentaient encore les foires pour s'approvisionner en nouveautés, mais les gros opérateurs commerciaux de la province comme Germain Empereur y avaient depuis des décennies principalement recours comme places d'expédition, et ils ne s'y rendaient plus qu'occasionnellement.

Même si la fonction des foires était en train de muter au XVIII^e siècle, elles jouaient toujours un rôle considérable dans les affaires d'un certain nombre de commerçants lorrains. Cela s'explique certainement par des raisons de commodité. Il était en effet plus simple pour l'acheteur de faire venir ses marchandises depuis les foires de Reims ou de Troyes que depuis Nogent-le-Rotrou ou Amiens : une partie des contraintes de transport des marchandises était prise en charge par le fournisseur au moment de l'acheminement sur le lieu de foire. En se faisant expédier des marchandises depuis les foires proches, les marchands bénéficiaires de l'envoi se déchargeaient de la peine de devoir coordonner une longue chaîne d'acheminement. Il n'est pas sûr cependant que ce type d'expédition des marchandises ait été en définitive moins onéreux que les envois en droiture. Un fournisseur d'Empereur lui écrit par exemple le 12 mars 1728 : « si vous voulez m'envoyer votre mémoire, je vous enverrai des marchandises parfaites plus de 5 % meilleur marché qu'en foire ». C'est reconnaître ainsi que les prix de vente en foire étaient plus élevés que ceux pratiqués en magasin. Par ailleurs, les franchises des foires s'amenuisent progressivement au fil du siècle : la monarchie française supprime ainsi en 1736 les droits sur l'exportation des étoffes destinées à la Lorraine, limitant de ce fait l'intérêt pécuniaire à procéder à des expéditions depuis les foires. Plus que le coût des transports, c'est sans doute la prise en charge d'une partie des contraintes d'acheminement par les fournisseurs qui explique le succès persistant des foires.

Foires et extension des aires d'approvisionnement

La réduction de la contrainte de transport permettait ainsi aux marchands lorrains de rentrer en contact avec des commerçants de places éloignées, avec lesquelles les relations directes étaient difficiles. Ils pouvaient grâce aux foires acheter des marchandises bien plus diversifiées et bien plus spécifiques qu'auprès des marchands grossistes des principales places de commerce, qui ne proposaient par la force des choses que des variétés restreintes de marchandises. La veuve Navière parvenait grâce aux foires de Francfort à élargir considérablement son aire d'approvisionnement, et à réaliser la plupart de ses achats dans le Saint-Empire³³⁴. Les chiffres suivants sont tirés de son journal d'achats.

³³³ Marcel VIGNE, *La banque à Lyon du XV^e au XVIII^e siècle*, Paris/Lyon, 1903, p. 50.

³³⁴ Cette orientation se retrouve dans les années 1770 et 1780, comme l'indiquent les *Messeschemata* disponibles pour les foires de Francfort. A partir de 1775, les autorités municipales se sont par ailleurs efforcées de produire chaque année des *Messeschemata*, relevés des participants aux foires, qui pour la fin de notre période d'étude peuvent fournir de précieuses indications sur les aires de chalandise des foires de la ville et sur les spécialisations productives ou commerciales des marchands et fabricants qui s'y rendent. On retrouve le même type de documents, dénommés *Adressbücher*, pour les foires de Leipzig (voir sur ce point GAYOT, « La main invisible », pp. 85-86).

Espaces d'approvisionnement	Montant total des achats en liv. l.	Achats aux foires de Francfort en liv. l.	Part des achats aux foires de Francfort en %
Saint-Empire	40 261,46	36 290,48	90,1
Pays-Bas	8 818,57	6 927,57	78,6
Italie du Nord	3 520,09	2 446,77	69,5
Espaces alémaniques (Suisse et Alsace)	95 340,11	8 859,49	9,3

De fait, les marchands rencontrés en foire étaient fréquemment issus de places productives et commerciales aux relations avec la Lorraine d'importance secondaire.

Places de commerce	Montant total des achats en liv. l.	Achats aux foires de Francfort en liv. l.	Part des achats aux foires de Francfort
Berlin	2 682,44	2 682,44	100,0
Bielefeld	868,61	868,61	100,0
Eisenach	6 982,28	6 982,28	100,0
Grefrath	872,04	872,04	100,0
Krefeld	1 362,58	1 362,58	100,0
Leipzig	751,71	751,71	100,0
Nuremberg	2 437,09	2 437,09	100,0
Francfort	16 327,21	15 362,15	94,1
Aix-la-Chapelle	1 196,7	959,08	80,1
Barmen	4 681,04	3 456,28	73,8
Iserlohn	2 099,76	1 237,62	58,9

A une échelle plus réduite, Strasbourg jouait un rôle similaire pour les espaces alémaniques et helvétiques : les marchands suisses écoulaient en effet leurs marchandises aussi bien aux foires de Francfort qu'à celles de Strasbourg, sur lesquelles ils rencontraient les marchands lorrains. Ceux-ci y retrouvaient également des marchands de Nuremberg et Iserlohn, qui leur vendaient boucles et quincaillerie, tandis que les marchands de Strasbourg vendaient des produits d'épicerie. Les chiffres suivants sont tirés des factures de Dominique Jeandel, marchand de Raon-l'Étape.

Places de commerce	Montant total des achats en liv. l.	Achats aux foires de Francfort en liv. l.	Part des achats aux foires de Strasbourg
Bâle	8 147,03	8 147,03	100,0
Iserlohn	678,16	678,16	100,0
Saint-Gall	4 112,95	4 112,95	100,0
Zurich	1 109,09	1 109,09	100,0
Strasbourg	2 957,12	2 896,16	97,9
Sélestat	1 331,32	1 149,75	86,4
Nuremberg	771,42	568,70	73,7

On pourrait selon toute vraisemblance en dire autant des foires de Reims et de Troyes : encore dans les années 1750, en plus des marchands locaux et de quelques Parisiens, des marchands de l'ouest de la France y étaient présents. Les foires permettaient aux marchands lorrains d'élargir et de diversifier la sphère de leurs approvisionnements, à charge pour les vendeurs d'assumer une partie au moins des coûts d'acheminement des marchandises.

Un essai d'estimation de l'ampleur du commerce périodique dans les importations lorraines : le cas des foires de Francfort

Coster dans les *Lettres d'un citoyen*, insiste sur la place des foires de Francfort dans les approvisionnements lorrains, tout en signalant le rôle non négligeable des foires de Champagne ou de Strasbourg. Nous ne disposons malheureusement pas d'une information couvrant le siècle entier pour les foires champenoises, et les données disponibles sur les foires de Strasbourg sont trop lacunaires³³⁵. Seul le niveau des affaires réalisées sur celles de Francfort peut être évalué.

a) Années 1750 et 1760 :

Nous avons vu plus haut que les espaces d'approvisionnement de la Veuve Navière concordaient avec ceux de la Lorraine dans son ensemble. L'envergure moyenne de ses affaires nous rassure sur sa représentativité : elle ne comptait pas parmi les plus gros marchands de la place de Nancy, et les données tirées de sa comptabilité sont sans doute aisément extrapolables à la plupart des grossistes de la province. La place de ses achats en foire de Francfort est très importante : c'était le cas de 70 ou 80 % des achats chez les marchands des espaces germaniques et des Pays-Bas, mais aussi de 10 % de ceux chez les commerçants des espaces helvétiques et alémaniques. On pourrait supposer que les foires

³³⁵ Retenons simplement que dans les années 1720 et 1730, de gros marchands détaillants importateurs réalisaient plus du tiers de leurs achats en France sur les foires de Champagne. Les achats de Germain Empereur en France représentent autour de 40 % des achats entre 30 et 40 % des achats en France se font aux foires de Reims ou de Troyes (qui semble avoir sa préférence) au printemps. Bousval de Nancy réalise jusqu'en 1725 près de 50 % de ses achats aux foires de Reims, à Pâques et à la Saint-Rémy : 55 % en 1723 et 40 % en 1724. A partir de 1726, du fait de ses difficultés financières, il restreint sensiblement le volume de ses approvisionnements. Dominique Leléal, étudié pour la période 1722 à 1726, effectue le gros de ses approvisionnements en France ; même si le poids des envois directs est plus important dans ses affaires que dans celles de Germain Empereur, la part des foires de Reims/Troyes et de Lyon est tout à fait notable, puisqu'il semble y effectuer environ 40 % de ses achats en 1722.

étaient surtout visitées par les marchands d'envergure modeste, qui devaient concentrer leurs achats dans le temps pour économiser sur les voitures et sur le prix de la collecte de l'information commerciale. Il n'en est semble-t-il rien : Coster indique des exemples de gros marchands lorrains réalisant des achats importants à Francfort, et il laisse entendre qu'il effectue lui-même des achats de plusieurs centaines de milliers de livres chaque année aux foires de Septembre ! Les foires sont donc aussi des rendez-vous importants pour les grands opérateurs.

A l'importance du volume des achats à Francfort répondait la fréquence des visites sur ces foires. Le grand livre de Jean Dubosc, négociant français établi à Leipzig mais présent chaque année aux foires de Francfort, confirme ce rôle des foires de Francfort pour les commerçants lorrains. Dubosc était en rapport avec des commerçants importateurs lorrains, les homonymes Jacques Huyn de Nancy et Epinal, tous deux marchands-magasiniers, ainsi que le dénommé Etienne Dély de Mirecourt. Sa comptabilité suggère que les marchands ne se rendaient pas chaque année en personne sur les foires, mais s'y faisaient représenter par leur commis, voire laissaient agir leurs correspondants sur place³³⁶. Quoi qu'il en soit, les achats qu'ils effectuaient sur les foires allemandes étaient réguliers et quasiment annuels. Etienne Dély effectue 20 achats chez Dubosc entre 1747 et 1758, à une fréquence d'un ou deux par an, sans que le marchand ne se déplace ni même qu'il envoie un commis : les marchandises sont alors expédiées depuis les foires de Francfort, voire à cinq reprises depuis celles de Leipzig « via Francfort »³³⁷. De la même manière, les cinq ventes à Huyn d'Epinal entre 1749 et 1758 et les neuf à Huyn de Nancy entre 1747 et 1751 sont toutes effectuées en foires³³⁸.

b) Une importance réelle dès les années 1720 :

Le niveau des entrées de ville dans les années 1720 à Nancy livre un témoignage indirect du poids des foires de Francfort dans les approvisionnements de la province. Nous avons vu en première partie que le « 96^e denier » de la ville avait été affermé au Corps des marchands entre 1724 et 1727. Comme les droits étaient prélevés à proportion du montant des factures, une distinction était faite dans les comptes selon les monnaies dans lesquelles les ventes avaient été effectuées. Des relevés mensuels du montant des entrées ont été dressés, qui indiquent à chaque fois le montant des entrées libellées en livres tournois, florins d'Empire, florins de Hollande ou livres lorraines. On peut donc ségréger grossièrement les entrées dans la ville selon les aires monétaires, et donc selon les directions commerciales.

³³⁶ Les comptes courants, dans la colonne « doit », distinguent les « marchandises vendues » des « marchandises envoyées ». L'analyse des paiements effectués, rapportés dans la colonne « avoir », indique qu'il s'agit dans les deux cas de ventes à crédit. Il se peut que la différence entre « marchandises vendues » et « envoyées » corresponde respectivement à une présence physique de l'acheteur ou de son représentant et à un simple envoi à l'occasion des foires. On a en effet mention dans les correspondances actives et passives des marchands lorrains de commandes aux foires : ils ne s'y rendent en effet pas systématiquement, et se font envoyer des marchandises depuis les foires.

³³⁷ (f° 76 et 205)

³³⁸ Jacques HUYN d'Epinal (f° 104) ; Jacques HUYN de Nancy (f° 79)

Entrées en argent d'Empire	1728			1729		
	Niveau mensuel des entrées	Part des entrées annuelles en argent d'Empire	Part de l'ensemble des entrées mensuelles	Niveau mensuel des entrées	Part des entrées annuelles en argent d'Empire	Part de l'ensemble des entrées mensuelles
Janvier	103,5	8,6	61,3	76,0	6,3	66,2
Février	52,5	4,4	52,6	77,7	6,5	49,6
Mars	98,1	8,2	51,5	67,4	5,6	32,7
Avril	199,3	16,6	64,7	62,4	5,2	16,9
Mai	22,4	1,9	15,9	274,7	22,9	47,5
Juin	17,2	1,4	14,2	34,2	2,8	30,0
Juillet	55,5	4,6	43,8	26,1	2,2	27,2
Août	111,3	9,3	62,0	36,7	3,1	28,3
Septembre	375,3	31,3	71,3	61,4	5,1	43,9
Octobre	44,8	3,7	16,4	302,7	25,2	72,9
Novembre	58,6	4,9	31,8	159,5	13,3	55,1
Décembre	61,5	5,1	32,6	21,3	1,8	21,7

La ventilation annuelle des entrées en florins d'Empire est tout à fait significative, qui laisse apparaître deux grands pics : au printemps vers mars-avril, et à l'automne vers septembre-octobre. Globalement, les entrées en provenance des espaces germaniques sont effectués pour près de 40 à 50 % à l'automne, et pour environ 20 % au printemps³³⁹. La concordance de ces rythmes est frappante avec ceux des foires de Francfort, qui se tiennent à Pâques et début septembre pour la « Foire d'Automne », et des retours de foire – puisqu'il faut environ deux à trois semaines pour faire les expéditions depuis la ville. Cette importance des foires de Francfort pour la Lorraine dans les années 1720 et 1730 nous est confirmée par une requête de 1736 à l'Empereur, signée des négociants francfortois et d'autres villes du Saint-Empire : ils insistent pour que dans les négociations de paix qui vont s'ouvrir avec la France, le statut douanier spécifique de la Lorraine soit garanti³⁴⁰. Ils mettent tout particulièrement l'accent sur les foires de Francfort comme principal lieu d'exportation des marchandises allemandes dans cette direction.

3. Les espaces des paiements et l'accès aux circuits financiers interrégionaux

Les problèmes d'intégration aux circuits du grand commerce interrégional se posaient également du point de vue financier, lorsque les marchands devaient effectuer des paiements à

³³⁹ Le poids des foires de Champagne, sans être négligeable, se fait cependant nettement moins sentir dans les affaires de la province. Cela permet ainsi de distinguer deux types de relations : celles avec les espaces germaniques passent majoritairement par les foires, tandis que celles avec la France combinent davantage commerce en droiture et commerce en foire.

³⁴⁰ AM Francfort Handel Ugb 60 : Rattachement de la Lorraine à la France et craintes des marchands allemands devant l'établissement d'une frontière douanière entre Lorraine et Empire (1736).

leurs fournisseurs³⁴¹. Les flux financiers s'effectuaient à l'époque moderne de manière relativement aisée entre les grandes places commerciales dotées d'un change ouvert : dans une région comme la Lorraine située à l'écart des circuits du grand commerce, sans grande place de change, les règlements interrégionaux étaient cependant plus difficiles à réaliser³⁴². Pendant tout le XVIII^e siècle, Paris était ainsi le principal pôle financier sur lequel s'appuyait le commerce interrégional lorrain, les marchands importateurs payant leurs fournisseurs français ou étrangers en remises sur des banquiers de la ville. Se posait dès lors le problème de la compensation des remises sur les banquiers parisiens – car il fallait bien faire les fonds des traites tirées sur eux ! La Lorraine était en effet un espace déficitaire du point de vue du commerce des commodités, et les marchands disposaient de peu de clients hors de la province sur qui faire des remises : pour faire les fonds de leurs traites sur les banquiers parisiens, les marchands lorrains devaient donc fréquemment recourir à des filières financières spécifiques générant des effets peu prisés des commerçants, comme les marchands juifs de Metz ou l'appareil fiscal et financier de la monarchie française³⁴³. Cette insertion difficile de la province dans les circuits financiers français et d'Europe du nord-ouest introduisait une ségrégation entre les commerçants, séparant ceux qui pouvaient tirer des traites sur leurs débiteurs extérieurs ou qui disposaient d'effets de commerce négociables hors de la province, et ceux qui devaient compter sur les effets de commerce que leur cédaient les banquiers ou les commerçants de la province mieux dotés³⁴⁴. L'accès aux circuits financiers extérieurs était en définitive un autre élément de hiérarchie entre marchands, qui venait conforter la prééminence des marchands-magasiniers.

3.1. Les modalités de paiement aux créanciers extérieurs

Une partie importante des achats à l'extérieur de la Lorraine se faisant à l'occasion des grandes foires périphériques de Francfort ou de Champagne, celles-ci étaient les termes de paiement de nombre d'achats. Les marchands lorrains pouvaient ainsi lorsqu'ils s'y rendaient acquitter leurs dettes en espèces, en particulier lors des périodes de crise financière. Dans la plupart des cas cependant, les paiements se faisaient en lettres de change, qui étaient le moyen le plus simple de remettre des fonds à l'extérieur. Les circuits de paiement des commerçants lorrains s'organisaient autour de deux grands pôles financiers, Francfort et surtout Paris.

3.1.1. Des paiements articulés autour de la place de Paris

Le principal pôle financier sur lequel s'effectuaient les paiements hors de la province était Paris, aussi bien pour la France que pour les espaces germaniques. Deux possibilités se présentaient : ou bien les marchands lorrains faisaient des remises à leurs fournisseurs sur leurs banquiers parisiens, ou bien ils se procuraient de lettres sur Paris auprès des principaux négociants de la province.

Les paiements dans les espaces français

³⁴¹ Jean MARCHAL et Jacques LECAILLON, *Théorie des flux monétaires. Evolution des idées et principes généraux d'analyse*, Paris, Cujas, 1979.

³⁴² Jean LABASSE, *L'espace financier : analyse géographique*, Paris, Armand Colin, 1974.

³⁴³ Cela rejoint les observations de Charles Carrière pour Marseille : on voit apparaître des circuits de paiements pouvant être assez complexes dès lors que l'on s'éloigne des grandes places de commerce (CARRIERE, *Négociants marseillais*, tome 2, p. 852 à 857).

³⁴⁴ Markus A. DENZEL, „Die Geschäftsbeziehungen des Schaffhauser Bankhauses Amman 1748/1779. Ein mikroökonomisches Fallbeispiel“, *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 89, 2002, pp. 1-40.

Les commerçants lorrains payaient leurs fournisseurs des espaces français la plupart du temps en remises sur Paris. Les lettres sur d'autres places ou les paiements en Lorraine même occupaient une place nettement moindre, comme le montre le dépouillement des comptes courants de plusieurs fournisseurs de Germain Empereur.

Modalités de paiement de Germain Empereur à plusieurs de ses fournisseurs	Durieux (Amiens 1731-1752)	Romanet (Amiens 1741-1757)	Clicquot Barbérieux (Reims 1745-1752)	Aulmont Baudry (Troyes 1751-1754)	Cassagne et Cie (Lyon 1751-1754)	Vve Chauvel et fils (Lyon 1751-1756)
Remises sur des banquiers parisiens	79,0	59,2	61,1	58,1	79,3	64,0
Remises sur des banquiers juifs de Metz	6,6	0,0	0,0	19,7	0,0	0,0
Paiements en foire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0
Traites sur Germain Empereur	0,0	12,6	38,9	22,2	18,9	7,0
Paiement à des commis-voyageurs	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,8
Envoi de marchandises	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0
Mode de paiement non spécifié	13,5	28,2	0,0	0,0	0,0	2,1
Ensemble des paiements en liv. t.	16681,9	9900,5	3160,7	4841,0	20395,65	19158,0

Les nombreuses relations d'affaires entretenues avec des marchands juifs de Metz permettaient à Empereur de disposer de créances sur la ville : il tirait assez fréquemment des traites sur eux, qui lui permettaient de faire des paiements à ses fournisseurs. La part des paiements effectués en traites sur Empereur n'était également pas négligeable : les bénéficiaires n'étaient cependant pas nécessairement des marchands, puisque l'on comptait parmi eux beaucoup de simples particuliers, parents, amis ou relations des fournisseurs. Les remises sur Paris étaient quoi qu'il en soit prépondérantes dans l'ensemble des paiements. Même les marchands de Lyon, pourtant place financière importante, étaient majoritairement payés par leurs clients lorrains en effets sur la capitale du Royaume³⁴⁵. Le tableau suivant représente les modalités de paiement employées par les correspondants en Lorraine de la maison lyonnaise Martinet et Aubanel pour les années 1747-1750.

³⁴⁵ Une spécificité lyonnaise apparaissant déjà dans le tableau précédent est la part importante des paiements en numéraire effectués lors des passages des commis-voyageurs.

Modalités de paiement des clients lorrains de la maison Martinet et Aubanel	Champenois (Bar-le-Duc 1750)	Liouville (Toul 1749)	Mary (Metz 1747-1749)	Charriot (Sarrelouis 1748)	Henry (Nancy 1748-1750)	Blaize (Nancy 1747-1749)
Remises sur des banquiers parisiens	55,2	0,0	56,3	100,0	50,8	71,3
Remises sur des banquiers juifs de Metz	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Paiements en foire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Traites sur la Lorraine	44,8	0,0	0,0	0,0	0,6	5,0
Paiement à des commis-voyageurs	0,0	100,0	43,7	0,0	25,6	5,4
Envoi de marchandises	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Paiement non-identifié	0,0	0,0	0,0	0,0	22,9	18,3
Ensemble des paiements en liv. t.	1630	1000	8240,15	2790	14262,9	9528,3

Les remises des marchands lorrains en France se faisaient ou bien sous forme de traites sur des banquiers – généralement parisiens - au bénéfice des fournisseurs, ou bien sous forme d'effets sur Paris achetés auprès de banquiers ou de marchands nancéiens. Ce dernier cas concernait principalement les commerçants les plus modestes, dont le volume d'affaires dans le commerce interrégional ne justifiait pas l'ouverture d'un compte chez un banquier parisien. Pour satisfaire leurs besoins en effets de commerce, Nancy a ainsi compté plusieurs maisons de banque au XVIII^e siècle : dans les années 1720 et 1730, la principale était la société Antoine et Richard, dont la place est progressivement prise à partir des années 1740 par les frères Coster, qui s'éloignent peu à peu de la marchandise.

Les commerçants lorrains les plus solides et au crédit le plus établi ressortaient quant à eux du premier cas, et s'appuyaient sur une maison de banque parisienne pour faire leurs paiements : Claude Gaillot de Saint-Dié payait ainsi ses fournisseurs du Royaume en lettres tirées sur le banquier Riederer de Paris, et ne recourait que très secondairement aux services de banquiers strasbourgeois³⁴⁶. Jusqu'au début des années 1750, Germain Empereur remettait à ses fournisseurs des lettres tirées sur la maison Lacour puis, après leur faillite, sur la maison Kornemann. Ils réglaient leurs fournisseurs extérieurs en tirant des traites à une, deux ou trois usances – d'une durée d'un mois en l'occurrence - sur leur banquier parisien, lui « faisant les fonds » de la traite quelques jours seulement avant l'échéance. Le terme de paiement assez lointain de ces traites – dites « à longs jours » - laissait aux marchands lorrains plusieurs semaines de répit pour collecter les sommes nécessaires à la constitution des fonds chez leurs banquiers. Cela avait aussi un autre avantage. Lorsqu'en effet ils payaient à leurs fournisseurs une commande à six mois de terme en lettres sur Paris à trois usances – c'est-à-dire à trois mois de date -, le paiement effectif des sommes dues n'intervenait en fin de compte que neuf mois après la conclusion de la vente. Cela n'allait d'ailleurs pas sans tensions avec leurs correspondants, qui leur demandaient plutôt des lettres à « courts jours », négociables à meilleur prix.

Les paiements hors des espaces français

En l'absence de change ouvert entre Nancy et Francfort ou les places de Hollande comme Amsterdam et Rotterdam, il était indispensable de passer par une autre ville pour faire les remises aux fournisseurs de ces espaces. Les relations étant bien plus aisées avec Paris

³⁴⁶ Marie-José FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, mémoire de maîtrise en histoire, Université Nancy II, 1970.

qu'avec d'autres places, les marchands lorrains payaient leurs fournisseurs hollandais ou allemands en remises en livres tournois sur des banquiers parisiens. Les paiements en Suisse passaient eux aussi largement par des remises sur des banquiers de Paris³⁴⁷. Les remises de la Veuve Navière illustrent ces phénomènes.

Modalités de paiement de la Veuve Navière à plusieurs de ses fournisseurs	Falcke (Nuremberg 1763-1768)	Woehrlé (Kaufbeuren 1754-1757)	Mérian (Bâle 1757-1768)	De Haan (Amsterdam 1754-1760)	Clifford (Haarlem 1760 ?)
Remises sur des banquiers parisiens	96,4	0,0	37,4	0,0	63,3
Remises sur d'autres places françaises	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0
Remises sur la France (place non-identifiée)	0,0	44,3	0,0	99,4	36,7
Remises sur les espaces germaniques	3,6	28,1	0,0	0,0	0,0
Remises en espèces	0,0	27,6	26,8	0,0	0,0
Paievements à des particuliers en Lorraine	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0
Paievement non-identifié	0,0	0,0	32,4	0,0	0,0
Ensemble des paievements en liv. t.	2413,95	3804,75	5640,95	4099,8	2273,7

Hors période de guerre, les marchands allemands, suisses ou néerlandais étaient très demandeurs de lettres sur la France : les paiements en numéraire n'étaient en réalité pratiqués que dans les périodes de guerre - nous revenons plus bas sur ce point. La place tout à fait marginale des marchands lorrains dans la clientèle de la banque Bethmann est en tout cas symptomatique de la primauté d'autres circuits financiers pour faire des paiements à Francfort : rares en effet étaient les marchands lorrains à y vendre suffisamment de marchandises pour y disposer de fonds suffisants³⁴⁸. Claude Gaillot de Saint-Dié était à cet égard une exception : très actif sur les foires de la ville, où il tenait un magasin de marchandises de France, il pouvait régler ses fournisseurs allemands grâce aux paiements qui lui étaient faits au moment des foires³⁴⁹.

Les créanciers étrangers des marchands lorrains se voyaient remettre des lettres stipulées en livres tournois, qu'ils devaient donc vendre sur place pour s'en procurer le meilleur prix possible en monnaie locale. Dieudonné Navière, quelques semaines avant de mourir, demande ainsi à ses fournisseurs de Liège de négocier « au mieux » à Amsterdam une lettre sur Paris qu'il leur remet³⁵⁰. En cas de négociation favorable, lorsque le produit de la cession de l'effet dépassait les sommes initialement dues, les marchands lorrains pouvaient même disposer de quelques fonds à l'extérieur : les marchands lorrains n'hésitaient donc pas à faire à l'occasion des remises sciemment trop élevées à leurs fournisseurs pour bénéficier de réserves de fonds dans quelques grandes places, qu'ils pourraient utiliser à l'occasion pour réaliser d'autres paiements³⁵¹. La primauté des remises sur Paris dans les paiements aux

³⁴⁷ Les relations des espaces helvétiques/rhénans avec la banque parisienne sont très importants au moins depuis les années 1750 (DENZEL, „Die Geschäftsbeziehungen des Schaffhauser Bankhauses Amman“, pp. 1-40).

³⁴⁸ Friedrich ZELFELDER, *Das Kundennetz des Bankhauses Gebrüder Bethmann, im Spiegel der Hauptbücher (1738/1816)*, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 1994, p. 25.

³⁴⁹ FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot*

³⁵⁰ Correspondance active Navière, 12 décembre 1754.

³⁵¹ Lettre de Navière à De Haan d'Amsterdam du 31 janvier 1755.

marchands des espaces germaniques doit cependant être tempérée par l'existence de filières alternatives et de pratiques financières spécifiques.

3.1.2. Des modalités de remise particulières dans les espaces germaniques

Sans qu'il soit possible de déterminer l'importance réelle de cette filière à l'échelle de la province toute entière, il apparaît que les marchands juifs de Metz pouvaient à l'occasion fournir des lettres de change sur Francfort : ils s'appuyaient pour cela sur les liens familiaux et commerciaux étroits qu'ils entretenaient avec les communautés juives du bassin rhénan. Par ailleurs, à la différence des espaces français, les paiements dans les espaces germaniques donnaient souvent lieu à des opérations de change monétaire³⁵². Lorsque le cours du change sur Paris devenait trop défavorable, en particulier en période de conflit, les marchands allemands ou suisses exprimaient une préférence pour le numéraire, demandant à être payés en espèces d'or ou d'argent.

Le cas francfortois : les réseaux financiers rhénans des banquiers juifs de Metz

Les paiements en Allemagne de Germain Empereur dans les années 1730 font apparaître l'existence d'un circuit financier alternatif, reposant sur les commerçants juifs de Metz et leurs relations d'affaires de Francfort. La circulation des effets de commerce entre des marchands juifs de ces deux villes, souvent mentionnée dans l'historiographie, reposait sur les relations humaines et commerciales intenses entre les communautés israélites des villes du bassin rhénan. Les commerçants juifs de Metz pouvaient en particulier s'appuyer sur de nombreuses relations d'affaires à Francfort, qui s'imbriquaient étroitement à leurs relations familiales. La communauté messine était en effet assez récente, et issue pour une bonne part de Rhénanie : les circulations familiales entre Francfort et Metz, pour des périodes plus ou moins longues, étaient très fréquentes, facilitant ainsi les relations commerciales³⁵³. Il n'est pas toujours possible de déterminer quelles opérations donnaient lieu aux flux financiers entre les deux places. Dans un certain nombre de cas cependant, que la correspondance et les comptabilités de Germain Empereur nous permettent de retracer, les traites des marchands messins étaient tirées à plusieurs semaines de date sur un des membres de la maison, qui partait s'installer quelque temps à Francfort, où il se faisait domicilier chez un proche. De manière moins périlleuse, des lettres étaient fréquemment tirées sur une maison de commerce alliée à la maison messine avant que les fonds des traites n'aient été faits : la compensation se faisait alors en numéraire, des commerçants juifs de Metz se chargeant de convoier les sommes dues à Francfort.

Les achats de lettres sur Francfort auprès des marchands juifs de Metz semblent occuper une place plus importante dans les affaires de Germain Empereur – tandis qu'ils sont absents chez la Veuve Navière³⁵⁴. Cela s'explique vraisemblablement par la proximité géographique entre Pont-à-Mousson et Metz, Empereur n'ayant aucune difficulté à rencontrer

³⁵² Dans le cas des paiements en France, on a seulement affaire à du change intérieur : le cours du papier sur Paris à Nancy peut varier, mais on reste dans la même aire monétaire. Depuis les années 1720, la livre lorraine est en effet indexée sur la livre tournois, avec une parité fixe de 129 1/6 %.

³⁵³ Lettre de Jacob HALPHEN à Germain Empereur du 18 mars 1728 : « à l'égard de notre voyage de Francfort, si nous partons pour cette place, nous ne partirons qu'après nos Pâques et nous arriverons à Francfort le mardi de la deuxième semaine. Nos MM. qui sont à Nancy passeront chez vous lundi ou mardi au plus tard ».

³⁵⁴ Robert ANCHEL, *Les Juifs de France*, Paris, J.-B. Janin, 1946, (en particulier, « La vie économique des Juifs de Metz aux XVIIe et XVIIIe siècles », pp. 153-213) ; François-Yves LE MOIGNE, « Le rôle économique des garnisons évêchoises au XVIIIe siècle d'après les exemples de Metz, Sarrelouis et Verdun. », in H.W. HERMANN et Franz IRSIGLER (éd.), *Beiträge zur Geschichte der frühneuzeitlichen Garnisons- und Festungsstadt*, Sarrebruck, Minerva Verlag, 1983, pp. 199-223.

des marchands au demeurant assez actifs dans les environs de sa localité. Les commerçants nancéiens, pour des raisons pratiques évidentes, préféraient sans doute recourir aux disponibilités locales en effets de commerce – en particulier les traites sur Paris proposées par les banquiers ou les grands négociants de la ville. Les marchés financiers locaux auraient été ainsi assez segmentés géographiquement, le nord et le centre de la Lorraine ayant été plutôt polarisés par l'influence de Metz.

La préférence occasionnelle pour le numéraire

Il fallait en fait des circonstances particulières, comme les guerres, pour faire renoncer les marchands lorrains à effectuer leurs paiements en Allemagne ou en Suisse en remises sur Paris. Dans les années 1750 et 1760, les effets sur Paris étaient ainsi surabondants en Allemagne - et dans une moindre mesure en Suisse - à cause des opérations militaires de la Guerre de Sept Ans : les fournisseurs aux armées déployées dans le Saint-Empire étaient en effet payés en rescriptions sur les caissiers de l'Extraordinaire des Guerres, effets qu'ils s'efforçaient de négocier localement pour se procurer des fonds en monnaie d'Empire. Devant cette abondance de papier français en Allemagne, le change était bas et les lettres sur Paris se négociaient fort mal : le produit que les commerçants francfortois tiraient des effets de commerce stipulés en livres tournois remis pour négociation était alors faible³⁵⁵. Les commerçants du Saint-Empire et de Suisse enjoignaient donc leurs clients lorrains de faire leurs remises en numéraire, sous forme d'écus d'argent ou surtout de louis d'or³⁵⁶. A Francfort, les sommes d'argent étaient ainsi versées par les marchands ou leurs commis en mains propres. Pour les paiements dans les espaces helvétiques, les « groups » - assortiments d'espèces - étaient fréquemment confiés par les marchands au carrosse de Saint-Dié, qui poursuivait sa route jusqu'à Bâle. Notons cependant que les flux de numéraire français depuis la Lorraine à destination des espaces germaniques ne cessèrent pas avec les guerres sur le continent européen : le mémoire de Lazowski de 1785 indique que les espaces germaniques étaient un gouffre pour le numéraire français. Est-ce à dire que de telles pratiques – et qu'un tel déséquilibre du change - perdurent au-delà de la période de turbulence monétaire des années 1750 et 1760 ?

La prédominance de la place parisienne dans les remises faites depuis la Lorraine aux fournisseurs extérieurs était très forte. Elle était tout juste tempérée par des pratiques spécifiques liées à la nature des opérations commerciales des différentes places : remises de numéraire en Lorraine aux commis-voyageurs des maisons de commerce lyonnaises, recours aux marchands et banquiers juifs messins pour une partie des paiements à Francfort, préférence occasionnelle pour les espèces d'or et d'argent des marchands des espaces germaniques. Il convient maintenant d'expliquer cette centralité parisienne en matière

³⁵⁵ Voir ce que le beau-frère de la Veuve Navière, également son commis, lui écrit le 14 septembre 1757 : « les lettres de change ne se placent pour rien et même ils n'en veulent pas, mais je ne leur remettrai rien en m'en allant sans les payer, comme plusieurs de nos confrères ont fait ». Apparemment, situation de guerre perturbe le commerce en rendant la circulation du papier difficile. Cela montre que les paiements à Francfort se font de préférence par lettre de change.

³⁵⁶ Lettre de Pourtalès et Cie de Neufchâtel à la Veuve Navière, adressée de Strasbourg le 29 juin 1758 : « nous vous prions de nous faire parvenir ici les 160 Rx. 27 Kz. en louis d'or neuf à 7 Rx. que vous nous restez devoir sur la partie de Pâques 1757, et cela en espèces SVP parce que vous perdriez beaucoup sur des lettres ». Par sa lettre du 20 décembre 1758, François von Alphen de Francfort mentionne la vente à la veuve Navière de la foire de septembre 1757 d'une pièce de drap d'Angleterre vert de Saxe superfin à 94 Rx. 83 Kz. payable « en louis d'or neufs à 7 Rx. ». Le louis s'échangeait donc à cette date à 10 ½ florins, ce qui correspond à un taux de change de 87,5 %, bien supérieur au taux auquel les lettres sur la France s'échangent sur place (79 % à la même date). Il est ainsi bien préférable d'effectuer les paiements en louis d'or, qui bénéficient d'une prime importante sur les lettres de change sur Paris.

financière, et surtout de montrer comment, en l'absence de relations commerciales intenses, se faisaient les compensations des traites sur Paris.

3.2. Les relations financières entre la Lorraine et Paris³⁵⁷

Le recours massif aux banquiers parisiens pour les règlements aux fournisseurs s'expliquait par les possibilités limitées de remises depuis la Lorraine, Paris étant le seul pôle financier avec lequel les marchands lorrains pouvaient effectuer les compensations des traites qu'ils tiraient. Les marchands de commodités lorrains, hormis les contrebandiers d'étoffes, vendaient peu à Paris : il leur était donc impossible de tirer une grande quantité de traites sur leurs clients parisiens pour effectuer des paiements en France ou ailleurs. Les commerçants lorrains avaient cependant accès à plusieurs filières leur permettant de se procurer des effets payables à Paris, notamment les différents services de la monarchie - en l'occurrence les caissiers des armées et plusieurs fermes - ou les communautés juives nancéenne et messine. Peu prisés par les commerçants et à ce titre refusés par les fournisseurs des marchands lorrains, ces effets étaient cependant acceptés de plus ou moins bonne grâce par les banquiers parisiens. Devant l'impossibilité de faire des remises à leurs fournisseurs à partir des effets disponibles en Lorraine, les marchands lorrains les payaient par le truchement de banquiers parisiens.

3.2.1. Les effets disponibles en Lorraine et les remises aux banquiers parisiens

La structure du commerce extérieur lorrain au XVIII^e siècle explique les spécificités des modalités de paiement aux fournisseurs. La balance commerciale de la province semble en équilibre pour toute la période étudiée, avec des importations et des exportations de cinq millions de liv. l. par an environ au milieu du siècle et de 10 à 12 millions de liv. l. dans les années 1780. Il y avait cependant une disjonction importante entre les branches importatrices et exportatrices. Comme le montre le chapitre suivant, les marchands lorrains de commodités effectuaient assez peu de ventes en dehors des Duchés ou des espaces immédiatement adjacents : une bonne partie du commerce d'exportation était en fait destinée aux Trois-Evêchés, et les seuls commerçants en commodités exportant des marchandises sur de grandes distances et à destination de places de commerce importantes étaient les contrebandiers en étoffes prohibées³⁵⁸. Les créances hors des Duchés étaient ainsi fréquemment dues par des commerçants de petites localités des espaces proches, ce qui ne favorisait pas leur négociabilité en dehors de la région : comment en effet effectuer le retour des fonds depuis une petite place n'ayant pas de change ouvert et avec laquelle les relations économiques étaient faibles ? Pris dans son ensemble, le commerce d'exportation lorrain était florissant, mais concernait surtout les matières premières comme le fer ou la fonte ou les productions naturelles comme les blés ou le bois – autant de marchandises souvent écoulées jusqu'à Paris ou la vallée du Rhin. La commercialisation de ces marchandises hors de la province était assurée par les maîtres de forges ou par des marchands plus ou moins spécialisés. Ceux-ci disposaient donc de créances sur des commerçants extérieurs à la province, notamment

³⁵⁷ « Que les lettres de change assurent les règlements au-delà des frontières, comment s'en étonner ? La chose va de soi pour les grandes places de commerce et de banque. En un sens, entre elles et Marseille, les règlements sont souvent plus simples qu'entre Marseille et Beaucaire. Mais toutes les régions avec lesquelles les négociants font des affaires ne sont pas de grandes métropoles de change ; l'emploi de lettres n'est alors possible que dans la mesure où elles peuvent être négociées. », CARRIERE, *Négociants marseillais*, tome 2, p. 856.

³⁵⁸ Julien VILLAIN, « Privilèges douaniers et profits marchands. Le cas de la Lorraine et des Trois-Evêchés, provinces de 'l'étranger effectif' 1718-1791 », dans *Die Ökonomie des Privilegs. Westeuropa 16.-19. Jh./L'économie du privilège, Europe occidentale XVIe-XIXe siècles*, Francfort-sur-le-Main, Vittorio Klostermann, 2015

parisiens, et pouvaient ainsi négocier des effets aux autres marchands lorrains. Ces effets de commerce étaient cependant sans doute trop peu nombreux pour satisfaire les besoins de l'important négoce d'importation lorrain. Les importateurs devaient donc compter sur d'autres circuits financiers pour effectuer leurs paiements : en pratique, ils tiraient sur des banquiers parisiens des traites dont ils faisaient les fonds grâce à des effets sur Paris malaisément cessibles à leurs fournisseurs car faiblement négociables.

Le tableau ci-dessous présente les différents types d'effets employés par plusieurs marchands lorrains pour fournir à leurs banquiers parisiens la contrepartie des traites faites sur eux. Notre étude s'appuie sur les grands livres et les journaux d'achats et de ventes de Germain Empereur et de la Veuve Navière, qui précisaient les noms des tireurs et des tirés des effets de commerce qu'ils faisaient parvenir à leurs correspondants. Les comptes courants adressés par ses banquiers parisiens à la Veuve Henry de Nancy permettent de compléter ce tableau.

Origine des remises aux banquiers parisiens	Remises de Chausson à Hillner et Riederer (1750)	Remises d'Empereur à Lacour (1751-1752)	Remises d'Empereur à Kornemann (1752-1753)	Remises de la Vve Henry à Saltzmann et Blatzer (1761-1763)	Remises de la Vve Henry à Leleu (1763-1764)
Traites sur des banquiers parisiens	46,5	22,0	62,3	26,9	2,0
Traites sur des banquiers juifs messins	22,5	48,9	13,4	0,0	55,8
Traites sur des marchands	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Traites sur des caissiers ou des financiers	4,3	13,3	2,0	61,7	9,8
Traites sur des particuliers	22,7	15,8	22,3	11,5	32,4
Ensemble	161600	39638,35	102825,65	14845,25	15624

Selon les marchands et leurs possibilités d'accès au marché financier, les modalités de remises employées étaient très variables. Notons d'abord la quasi-absence des traites sur des marchands pour les remises aux banquiers parisiens : outre que peu de commerçants en commodités lorrains étaient en mesure de tirer sur l'extérieur, faute de ventes importantes en dehors de la province ou de ses environs immédiats, les quelques effets disponibles devaient être employés pour faire directement des remises aux fournisseurs. Les paiements aux banquiers parisiens s'effectuaient en réalité à partir de quatre grands types d'effets, issus de différentes filières :

- 1) Bon nombre de particuliers lorrains étaient en relations d'affaires avec des Parisiens, et disposaient de ce fait de créances sur Paris : un moyen simple pour eux de récupérer ces fonds était de céder leurs reconnaissances de dettes à des marchands lorrains, qui pouvaient ainsi tirer des traites sur la capitale du Royaume.
- 2) Les caissiers de la monarchie ou de différentes fermes étaient amenés à effectuer des paiements en Lorraine : pour ce faire, ils tiraient des traites – appelées rescriptions - sur leurs caissiers centraux installés à Paris au bénéfice de marchands ou de particuliers lorrains.
- 3) Les commerçants juifs de Metz ou de Nancy possédaient de nombreuses relations d'affaires à Paris. De plus, tout comme dans le cas de Francfort étudié plus haut, les Juifs lorrains tiraient fréquemment sur des correspondants ou des membres de la

maison se faisant domicilier à Paris. La filière juive messine approvisionnait ainsi le marché financier lorrain en effets de commerce de médiocre qualité.

4) Les banquiers et négociants lorrains tiraient sur leurs banquiers parisiens une grande quantité de traites à plusieurs usances, dont ils rendaient bénéficiaires d'autres marchands de la province. Ces derniers utilisaient ces lettres pour faire leurs remises aux banquiers parisiens. Nous montrons dans les lignes qui suivent que les fonds de ces traites étaient généralement constitués grâce à des montages financiers s'apparentant à de la « cavalerie ».

Le trait commun de tous ces effets employés pour faire les remises aux banquiers était la grande incertitude portant sur leur qualité. Cela les rendait peu désirables par les fournisseurs, car médiocrement négociables dans la sphère du commerce. C'était le cas des traites sur les particuliers, dont les marchands ne pouvaient établir la fiabilité, mais aussi de celles sur les marchands juifs, reposant souvent sur des montages financiers hasardeux, ou encore des rescriptions, la monarchie étant mauvaise payeuse. De plus, la « cavalerie » pratiquée par les négociants lorrains était toujours périlleuse. Ces effets étaient cependant acceptés comme contrepartie par les banquiers parisiens, qui étaient manifestement en mesure d'en recevoir le paiement³⁵⁹. Les lignes qui suivent entendent mettre en évidence le fonctionnement des circuits financiers procurant aux marchands lorrains leurs effets sur Paris et donner un ordre de grandeur des sommes en jeu.

3.2.2. Les circuits financiers entre la Lorraine et Paris et les possibilités de remise

La pratique de la cavalerie financière

Les journaux d'achats et de ventes des commerçants importateurs lorrains indiquent qu'ils se procuraient fréquemment des lettres de change sur des banquiers parisiens auprès des banquiers ou des grands négociants de la province. Il s'agissait le plus souvent de traites que ces derniers tiraient à plusieurs usances sur leurs correspondants. Dans bien des cas également, ils tiraient des traites sur eux-mêmes au domicile de leurs banquiers de la place de Paris. Dans un cas comme dans l'autre, ils devaient effectuer la contrepartie de ces traites. Comment s'opérait-elle ? L'analyse des fonds de Dominique Leléal, agent de change à Nancy dans les années 1750, suggère une pratique étendue de la cavalerie financière chez les banquiers et négociants lorrains.

a) Les fonds de Dominique Leléal, agent de change à Nancy

Souhaitant améliorer la circulation locale des effets de commerce, la monarchie a favorisé la création au cours du XVIIIe siècle d'institutions destinées à mettre en relation les offreurs d'effets de commerce et les demandeurs. C'est le cas à Marseille avec l'établissement des courtiers ou encore pour d'autres localités de la création d'offices d'agents de change³⁶⁰. Ces institutions, chacune à leur niveau, étaient destinées à rendre les marchés financiers locaux plus fluides et à faire de cette manière baisser le coût d'accès aux effets de commerce. Dominique Leléal supervisait et garantissait ainsi la cession entre commerçants de lettres de change, de tous autres types de billets à ordre voire d'espèces : ses activités étaient rémunérées par un droit fixe de 0,25 % des sommes en jeu. Ses livres-brouillards, dits

³⁵⁹ De toute manière, en cas de non-paiement des effets remis par les commerçants lorrains, les banquiers leur facturaient des frais de protêt et de retraite : les grandes maisons parisiennes ne sauraient donc être perdantes dans l'affaire. Voir sur ce point ANTONETTI, *Une maison de banque*, pp. 140-142.

³⁶⁰ François-Xavier EMMANUELLI, *La crise marseillaise de 1774 et la chute des courtiers. Contribution à l'histoire du commerce et de la banque*, Paris, CNRS, 1979.

« mains-courantes », relèvent pour les années 1751 à 1755 les noms des parties contractantes, le montant des sommes en jeu et précisent même parfois le nom et le lieu de résidence du tiré de l'effet de commerce cédé³⁶¹.

Il ne faut cependant pas surestimer la portée des informations que l'on peut tirer de ces documents. La plus grande partie des négociations d'effets de commerce dans la province ne passait pas devant l'agent de change, mais se faisait de gré à gré. On peut en fait à bon droit supposer que dans les petites localités les marchands désireux de céder une partie des lettres de leur portefeuille s'adressaient directement aux solides commerçants du lieu pour les leur proposer. Dans les plus grosses villes, où il était plus délicat de connaître l'état de l'offre et de la demande en effets de commerce, les vendeurs de papier commercial pouvaient avoir recours tout autant à des circuits interpersonnels – les marchands de leur connaissance – qu'à des banquiers ou à des agents de change. Les premiers devenaient acquéreurs des effets qu'ils renégociaient par la suite, quand les seconds étaient dans une large mesure de simples facilitateurs faisant se rencontrer une offre et une demande particulières. L'intérêt de passer par l'agent de change pour les vendeurs et les acheteurs d'effets de commerce tenait probablement aux gains que cela permettait aux contractants de réaliser par rapport à une vente ou à un achat chez un banquier³⁶². Bien que n'offrant qu'une image très incomplète du marché financier de la région, l'étude des mains-courantes de Leleal fait ressortir un certain nombre de grands opérateurs du marché local des changes, capables de faire circuler une quantité importante d'effets de commerce. Nous avons procédé pour le montrer au dépouillement systématique de ces documents pour les six premiers mois de l'année 1751.

b) Le marché des changes de Nancy est très actif

Le nombre de marchands concernés par les achats et les ventes d'effets de commerce chez l'agent de change était très limité. On a donc affaire à un milieu financier assez étroit, se livrant à des échanges d'un montant très élevé – plusieurs dizaines de milliers de liv. t., voire plusieurs centaines chez les plus gros opérateurs. Parmi les vendeurs que nous avons pu identifier apparaissent un certain nombre de grandes maisons de commerce de Nancy, marchands-magasiniers ou marchands-banquiers. Nous indiquons ici les noms et les spécialités commerciales des principaux acheteurs et vendeurs d'effets.

³⁶¹ 49 B 430 : Mains-courantes des opérations traitées par Dominique LELEAL comme agent de change. Sur l'analyse de ce type de document comptable, voir le travail de Pierre JEANNIN (*Change, crédit et circulation monétaire à Augsbourg au milieu du XVIe siècle*, Paris, Editions de l'EHESS, 2001).

³⁶² Michel LESCURE & Alain PLESSIS (dir.), *Banques locales et banques régionales en France au XIXe siècle*, Paris, Albin Michel, 1999 ; Bertrand GILLE, *La banque et le crédit en France de 1815 à 1848*, Paris, PUF, 1959.

Achats d'effets de commerce chez Dominique Leléal (janvier/juin 1751)			
Nom des acheteurs d'effets	Activité	Montants	Part des achats
Coster	marchand-magasinier/banquier	861 827,44	34,1
Prévôt	Receveur Général des Fermes	362 512,16	14,4
Antoine et Richard	banquiers	183 918,68	7,3
Toussaint (Louis)	marchand-magasinier	175 386,36	6,9
Chausson (Jean)	marchand-magasinier	143 686,77	5,7
Hauser	?	103 328,00	4,1
Arnaud (Benoît)	marchand-magasinier	83 970,91	3,3
Huyn (Jacques)	marchand-magasinier	62 472,11	2,5
Coulon	?	60 694,69	2,4
Rheyns	?	47 530,88	1,9
Mazerand (Pierre)	marchand-magasinier	37 798,94	1,5
Villiers	marchand-magasinier	31 266,16	1,2

Parmi les acteurs économiques cherchant à se procurer des lettres de change ou autres billets, on trouve sans surprise quelques-uns des principaux marchands et banquiers de la place de Nancy. Les montants en jeu, souvent importants et parfois énormes comme chez les Coster, s'expliquent *a priori* par les besoins qu'ont ces commerçants en papier commercial pour effectuer leurs paiements à leurs fournisseurs. De la même manière, les achats importants du Receveur des Fermes Prévôt découlent de la nécessité pour lui de faire les retours des sommes collectées dans la province. Il apparaît cependant que ces grands acheteurs d'effets en étaient aussi généralement de grands vendeurs.

Ventes d'effets de commerce chez Dominique Leléal (janvier/juin 1751)			
Nom des vendeurs d'effets	Activité	Montants	Part des ventes
Coster	marchand-magasinier/banquier	898 835,58	35,6
Hauser	?	313 213,00	12,4
Gauthier	?	221 691,32	8,8
Gaillard	?	155 890,95	6,2
Boisserand (Pierre)	marchand-magasinier	134 690,81	5,3
Prévôt	Receveur Général des Fermes	132 669,02	5,3
Arnaud (Benoît)	marchand-magasinier	107 823,26	4,3
Huyn (Jacques)	marchand-magasinier	99 453,55	3,9
Chausson (Jean)	marchand-magasinier	92 887,12	3,7
Toussaint (Louis)	marchand-magasinier	55 501,47	2,2
Haudricourt (d')	abbé	44 674,83	1,8
Rolland	?	40 556,24	1,6

Sur les 12 principaux acheteurs relevés dans le premier tableau, sept comptaient également parmi les principaux vendeurs d'effets : Coster, Hauser, Prévôt, Arnaud, Huyn, Chausson et Toussaint. Ils réalisaient à eux seuls 71 % des achats d'effets chez Leléal et 67,4 % des ventes. La concordance de ces chiffres s'explique par le fait que ces marchands achetaient des effets pour les revendre ensuite à meilleur prix. Entre 1751 et 1754, années de paix, les lettres sur Paris à un ou deux mois de terme se négociaient en effet chez l'agent de change Dominique Leléal avec une perte non négligeable, comprise entre 0,5 et 1,5 %, quand celles à quelques jours d'échéance se négociaient avec un léger bénéfice : en attendant un mois ou deux avant de revendre une lettre sur Paris, les marchands pouvaient gagner 1 %.

A en juger par les entrées dans la main-courante de Leléal, l'offre en lettres sur Paris était largement alimentée par les banquiers et négociants eux-mêmes. Ils tiraient ainsi des quantités importantes de lettres sur leurs banquiers de Paris, qu'ils cédaient à d'autres commerçants au meilleur prix possible, et cherchaient dans le même temps à faire les fonds de ces traites par des effets achetés sur le même marché à moindre coût. L'intérêt immédiat des maisons de commerce était *a priori* de céder le plus possible de lettres à courts jours, vendues à haut prix, et de limiter les ventes de lettres à longs jours, sur lesquelles la perte était importante. Il se trouve cependant que les grands opérateurs n'hésitaient pas à céder à perte les lettres qu'ils tiraient sur Paris à deux ou trois usances. Comment l'expliquer ? C'était en fait manifestement un coût qu'ils étaient prêts à consentir pour pouvoir se procurer du numéraire. Les espèces disposaient donc de fait d'une prime sur le papier. Très souvent par ailleurs, des effets étaient cédés à perte en échange d'autres à plus courts jours. Il s'agissait alors de pure et simple spéculation : les effets ainsi acquis étaient destinés à être revendus avec un bénéfice supérieur à la perte sur l'opération d'achat. Sur des volumes en jeu aussi considérables, de telles opérations pouvaient s'avérer fort lucratives.

Dans l'ensemble, il s'agissait donc pour les grands opérateurs financiers de faire les fonds de leurs traites avec des effets tirés par d'autres, le montant d'une traite constituant la provision d'une autre : les banquiers et les grandes maisons de commerce de Nancy

pratiquaient ainsi collectivement la cavalerie financière. L'existence de telles pratiques reflète en tout cas les faibles disponibilités en capitaux des marchands lorrains en-dehors de la province, même chez les plus grands d'entre eux. Il est cependant bien évident qu'un tel système est intenable à moyen et long terme sans l'existence d'une quantité minimale d'avoirs réels, sur laquelle la circulation des capitaux puisse s'appuyer. Les grands marchands à vrai dire n'en étaient pas dépourvus, grâce notamment aux diverses rescriptions sur les caissiers de la monarchie française dont ils disposaient en tant que fournisseurs aux armées.

Le rôle du Trésor Royal dans les flux financiers de la province

Pour comprendre la direction des paiements effectués par les marchands lorrains, il ne faut pas tenir compte uniquement de la balance commerciale, mais de la balance des paiements. Les dépenses de la monarchie française dans les espaces lorrains permettaient ainsi d'assurer partiellement les contreparties des traites sur les banquiers parisiens. La Lorraine était une contrée en position frontalière, où l'implantation militaire était forte. Un des principaux revenus de transfert dont bénéficiait la province était les dépenses pour les régiments stationnés tant dans les Evêchés que dans les Duchés³⁶³. Outre Nancy et sa garnison, plusieurs localités étaient dotées de citadelles, et accueillait à l'occasion des troupes lors des manœuvres³⁶⁴. D'Auvergne, responsable du Bureau des Fermes de Nancy exagère peut-être quand il écrit dans les années 1780 que « l'on ne peut contredire les 9 millions de secours ordinaires des troupes, puisqu'indépendamment du régiment du Roi, qui dépense à Nancy 1.800.000 liv., et du corps de la gendarmerie, qui répand 1.500.000 liv. à Lunéville, treize autres régiments dans la province y versent, par la seule dépense du Roi, sans compter la sienne propre, plus de 5 millions »³⁶⁵. Il n'empêche que son témoignage est conforté par celui, d'une vingtaine d'années antérieur, de Durival, et qu'il concorde avec les quelques éléments comptables dont nous disposons³⁶⁶.

Dans les faits, une bonne partie des effets remis dans les années 1750 et 1760 aux banquiers parisiens était tirée sur des caissiers de la monarchie ou de différentes fermes³⁶⁷. On voit ainsi apparaître parmi les effets de commerce qui passent par Dominique Leléal, courtier de change à Nancy dans les années 1750, des traites sur Daubertin, « caissier général des fortifications, à l'Hôtel de Noailles ». Le commissaire aux fortifications ayant besoin d'argent sur place dans l'exercice de ses fonctions, il s'en procurait en tirant sur le trésorier général à Paris à l'ordre des marchands lorrains³⁶⁸. Un certain nombre de traites tirées par les grands

³⁶³ LE MOIGNE, « Le rôle économique des garnisons évêchoises au XVIIIe siècle », pp.199-223 ; AD 54 : comptes du Trésorier Général, B 1764 (remises aux marchands lorrains pour fournitures aux armées).

³⁶⁴ DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 1, pp. 338-340 : Nancy et sa citadelle (première classe), Bitche et Sarreguemines (2^e classe), Bar, Commercy, Neufchâteau, Epinal, Pont-à-Mousson, Mirecourt et Saint-Mihiel (3^e classe).

³⁶⁵ D'Auvergne, *Les intérêts de la Lorraine défendus contre ses marchands*, Nancy, 1787, p. 16.

³⁶⁶ DURIVAL, *Description de la Lorraine et du Barrois*, tome 1, p. 323. Selon Durival, en 1766, les impositions sur la province s'élevaient à près de 9,3 millions de liv. l., pour des dépenses annuelles (taxations, gages, rentes anciennes, Ponts et Chaussées, Maréchaussées, Milices, Haras et charges locales) montant à un peu plus de 2,1 millions de liv. l. ; cependant, « les troupes d'infanterie et de cavalerie que le roi entretient dans la province, les officiers militaires, pensionnaires et beaucoup d'autres choses dépensées dans la Lorraine et le Barrois sont payées par le Trésor Royal ou par les trésoriers des troupes. Le fermier général paie ses agents et les nombreux employés dans un pays réputé encore à certains égards et regardé comme province étrangère. Toutes ces rentrées entretiennent la circulation et donnent de la valeur aux denrées ».

³⁶⁷ Lettre de Navière à Villemont, trésorier général de l'extraordinaire des guerres à Metz (14 avril 1755), pour lui demander des lettres sur Paris ou Rolland.

³⁶⁸ On retrouve ce rôle dans les circuits financiers intérieurs dans le cas aquitain (Paul BUTEL, « Contribution à l'étude de la circulation de l'argent en Aquitaine au XVIIIe siècle », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 1974, pp. 83-109).

marchands lorrains se faisait sur Pâris de Montmartel, banquier de la Cour et garde du Trésor Royal³⁶⁹. C'est le cas du banquier Coster, qui faisait une partie des fonds de Germain Empereur chez ses banquiers parisiens : il assurait presque toutes les remises à Kornemann en traites sur le banquier de la Cour. Ils sont en particulier nombreux dans les remises effectuées par la Veuve Henry. Nous indiquons ici le nom des tireurs et tirés liés à l'appareil fiscal et financier de la monarchie française qui apparaissent dans les comptes courants adressés par ses banquiers.

Dans une large mesure, l'appareil financier des armées françaises permettait aux marchands lorrains de faire leurs fonds auprès de leurs banquiers parisiens. Le rôle des trésoriers des guerres est ainsi fondamental pour le fonctionnement du commerce lorrain. Là encore, les commerçants lorrains ne remettent pas directement les rescriptions sur les trésoriers à leurs fournisseurs, préférant tirer sur des banquiers et faire ensuite des remises de rescriptions à ces derniers : cela tient sans doute à la piètre négociabilité de ces effets en dehors de Paris, et *a fortiori* à l'étranger, qui les rend peu désirés par les marchands des espaces français. Les grands négociants n'étaient toutefois pas le seul groupe de marchands lorrains à traiter avec le Trésor Royal : dès le début du XVIII^e siècle, les marchands juifs de Metz ont collectivement joué le rôle de fournisseurs aux armées, pouvant de ce fait tirer des sommes non négligeables sur les caissiers de l'Extraordinaire des Guerres.

L'importance des communautés juives lorraines

Les marchands juifs de Metz tirent comme on l'a vu souvent les traites sur d'autres marchands juifs domiciliés à Francfort ou à Paris. Les relations d'affaires sont également très fortes avec Paris, en particulier pour des raisons de fourniture aux armées. Le commerce était un des seuls moyens de subsistance permis à la communauté de Metz, puisque toutes les autres activités économiques leur étaient interdites, tant l'agriculture que l'artisanat³⁷⁰. Une des principales branches commerciales qui s'offraient à eux en Lorraine était les fournitures aux armées et l'équipement des troupes³⁷¹. Les relations dont ils disposaient dans les espaces rhénans leur permettaient en particulier de collecter largement des chevaux ou des grains à destination des armées françaises. Les paiements se faisant sous forme de rescription payables sur les Trésoriers de l'Extraordinaire des Guerres à Paris, ils devaient se rendre dans la ville pour encaisser leur dû. Ils étaient sans doute aussi en relations étroites avec les Juifs de toutes origines installés à Paris. Les marchands juifs messins disposaient donc de fonds à Paris, et nombreux étaient ceux à s'y rendre pour affaires³⁷².

³⁶⁹ Voir à ce sujet : Marc CHEYNET de BEAUPRE, *Joseph Pâris-Duverney, financier d'Etat 1684-1770*, Thèse, Paris I, 2010, 3 volumes.

³⁷⁰ ANCHEL « La vie économique des Juifs de Metz », p. 168.

³⁷¹ Sur la question des fournitures militaires par les Juifs messins, voir : Bernhard BLUMENKRANZ (dir.), *Documents modernes sur les Juifs XVI^e-XX^e siècles*, Toulouse, Privat, pp. 168-197 : tirés des archives de la Guerre (AG série A1) et de la correspondance des intendants (AN, G7) : mais peu de documents relevés après la fin de la Guerre de Succession d'Espagne. Pourquoi ? Lettre de Raphaël LEVY de Metz du 5 janvier 1728 : « nous ne pouvons pas aller nous-mêmes à Nancy cette semaine par rapport que nous voulons finir nos comptes pour les chevaux » ; du même du 7 janvier : « nous sommes à finir des comptes pour la dernière remonte ».

³⁷² Importance des voyages des Juifs de Metz à Paris, qui éclairent les relations entre les marchands de la ville et les banquiers parisiens (par le biais de Juifs de passage à Paris), p. 174. Interdiction de séjourner à Paris, sauf autorisation spéciale. « Dès le début du XVIII^e siècle, les Juifs de Metz étaient en relations avec des banquiers de Paris qu'ils venaient visiter pour négocier des lettres de change ou pour des règlements de comptes », p. 174 ; dès 1708 et les besoins de fonds de la monarchie (paiement des troupes), on accorde bien plus facilement les autorisations de séjour à Paris, puisque les Juifs sont reconnus comme un rouage essentiel du crédit local, p. 175. Développement des séjours au XVIII^e siècle, qui semblent durer plus longtemps ; « les séjours des Juifs messins à Paris se multiplièrent et se prolongèrent ; ils s'y rencontrèrent avec des Juifs d'origines diverses ; la police

L'importance des commerçants juifs dans la fourniture d'effets de commerce aux marchands lorrains remonte au début du XVIII^e siècle au moins. La comptabilité de Dominique Leléal, alors marchand-drapier à Nancy, pour la période 1722 à 1726 suggère qu'une bonne partie des paiements aux fournisseurs se faisaient en traites achetées auprès des marchands juifs de la ville. Leléal effectue 37.000 liv. l. d'achats de lettres de change en 1723 : en valeur, 76 % l'ont été auprès des marchands juifs de Nancy ou de Metz ; on passe même à 98 % sur les 42.000 liv. l. qu'il se procure l'année suivante. La plupart des paiements hors de la province d'un marchand détaillant plus modeste comme Charles-Emmanuel Trocquet de Pont-à-Mousson passent par des lettres fournies par des Juifs de Metz : une bonne partie des dépenses en numéraire qu'il fait consistent en paiements pour eux. En 1723, sur 53.900 liv. l. de paiements effectués en numéraire, 21.300 vont aux marchands-banquiers juifs de Metz (soit presque 40 %) ; sur 94.100 liv. l. en 1724, on arrive à 34.100 liv. l., soit 36,2 %. Ces sommes sont destinées à David Lévy et Cie, à Nathan May ou à Jacob Halphen, principaux pourvoyeurs de traites aux marchands de la province.

Les effets de commerce cédés par les marchands juifs aux marchands lorrains étaient de différente nature. Si l'on trouve des cas de traites sur des marchands parisiens, nombreux étaient les cas de traites sur des Juifs de Metz de passage quelques semaines à Paris ou à Francfort pour affaires, et qui se faisaient domicilier chez des banquiers³⁷³. En effet, il fallait d'abord négocier et encaisser les fonds auprès des trésoriers parisiens ou des partenaires francfortois, avant de pouvoir faire les fonds chez les banquiers³⁷⁴. Comme l'écrit le marchand juif nancéien Abraham Goudechaux au marchand Nicolas Bousval le 11 juillet 1726, « je vous fournirai les 7000 liv. de lettres sur Paris, mais je n'ai pas songé à vous dire que la personne sur qui je tire les lettres n'est pas encore à Paris et qu'il faut que j'attende ses nouvelles, lesquelles j'attends demain le matin. Alors je pourrai avoir l'honneur de vous les fournir ». On ne peut dire si les remises effectuées sur des marchands bien établis à Paris étaient monnayées plus cher que celles tirées de la sorte sur les marchands juifs. Quoi qu'il en soit, ce papier commercial était semble-t-il peu apprécié des banquiers parisiens : le banquier Kornemann, qui assure le service des traites de Germain Empereur, a des réticences à accepter le papier fourni par des commerçants juifs³⁷⁵. A vrai dire, les remises étant assurées par un tireur domicilié temporairement dans la ville, elles ne présentaient pas le caractère de fiabilité de traites sur des marchands connus et établis. Elles passaient vraisemblablement pour des effets de médiocre qualité, et se plaçaient donc sans doute mal en cas de renégociation³⁷⁶.

A bien des égards, faire des remises à ses fournisseurs en lettres sur des banquiers de Paris était une sorte de faveur qui leur était faite. Les lettres et autres billets que les marchands lorrains pouvaient se procurer sur place étaient en effet soit de qualité médiocre, soit négociables seulement dans des circuits limités socialement ou géographiquement. C'est ainsi qu'une bonne partie des lettres vendues par les banquiers et autres grands marchands lorrains

devint de plus en plus tolérante, si bien que des Juifs s'installèrent à demeure dans la capitale. » (Robert ANCHEL, « La vie économique des Juifs de Metz », p. 175)

³⁷³ Cas des traites que BN remet à son correspondant parisien Charles DOLLANS père le 4 octobre 1725 : tirées par Abraham GOUDECHAUX sur D. HUGUERTY, banquier « au château de la Samaritaine à Paris ».

³⁷⁴ Remise par NB à BIDEAU, marchand à Reims, le 11 octobre 1725 : en lettres d'Abraham GOUDECHAUX sur Elie LEVY Juif chez MACE, banquier rue Saint-Avoie à Paris. Exemple des effets que David LEVY de Metz vend le 16 février 1723 à DL : le journal de ce dernier indique une fourniture de 6 lettres de change pour un montant de 3000 liv. t., en lettres « fournies sur Jacob ALPHEN chez MACE, banquier Rue Saint-Avoie (?) à Paris, payable le 20 courant », avec un change à 16 %.

³⁷⁵ Lettre de Germain Empereur à Kornemann du 6 septembre 1753, « vous faites mépris des traites que je vous envoie des Juifs ; elles sont payables en leur temps comme des autres. L'on ne fait pas comme l'on veut : chacun ménage ses intérêts. Je pense que vous trouverez bonnes celles de Samuel Jonas LEVY ».

³⁷⁶ ANTONETTI, *Une maison de banque*, pp. 120-133.

étaient des traites sur eux-mêmes domiciliées chez des banquiers parisiens, ou bien des rescriptions sur des caissiers du Trésor Royal ou d'autres caisses annexes. Par ailleurs, beaucoup de lettres remises aux banquiers parisiens étaient tirées par des commerçants juifs de Metz sur des proches de passage à Paris, dans le cadre de compensations internes aux groupes familiaux.

Conclusion

L'objet de ce chapitre était de mettre en évidence la fonction commerciale exercée par les marchands-magasiniers vis-à-vis de l'extérieur de la province : leur rôle d'intermédiation et de coordination des échanges entre les lieux d'approvisionnement et la Lorraine. Bien que dominants à l'échelle de la province, la marginalité relative des espaces lorrains dans l'économie européenne compliquait leur rôle de coordination, et leur imposait de surmonter des difficultés spécifiques et de prendre sur eux un certain nombre de contraintes : rareté et relatif haut prix des voitures, complexité des circuits de fourniture des marchandises, difficulté et coût des traites à tirer pour acquitter les marchands fournisseurs. Cela supposait une coordination avec des marchands extérieurs pour l'acheminement des biens – ce qui nourrissait une bonne part de la correspondance des marchands – mais aussi la capacité d'insertion dans les circuits financiers. Le coût était sans doute non négligeable, dans des territoires comme la Lorraine situés en marge des grands circuits de l'argent – puisque l'essentiel des paiements se faisait en lettres de change (traites sur Paris ou sur Francfort). Si les marchands-magasiniers parvenaient comme on l'a vu à tirer un certain surprofit monopolistique de leur situation, il faudrait cependant déterminer quelle part était engloutie par les frais qu'ils devaient couvrir.

Les difficultés d'insertion dans les circuits de l'argent ou dans la circulation routière ou fluviale contrastaient toutefois avec le caractère assez régulier des opérations des marchands-magasiniers, qui étaient durant tout le siècle rythmées par les grandes foires se tenant sur la périphérie des Duchés. Après la promotion des foires de Francfort dans les affaires des marchands de la province, qui remonte aux années 1720 et qui marque le renouveau des relations avec les espaces germaniques, les grandes directions d'approvisionnement restent globalement les mêmes jusqu'à la fin du XVIII^e siècle, et ce malgré la hausse générale des importations. Sans doute faudrait-il distinguer les lieux de production et ceux de collecte des marchandises : si les années 1750 voient la promotion des espaces productifs alémaniques, avec en particulier l'essor des indiennes suisses et alsaciennes, si au cours du siècle les fabriques de Verviers s'affirment, et si dans les années 1770/1780 on assiste à l'émergence de rapports commerciaux directs avec des firmes britanniques, la stabilité des lieux de commercialisation est frappante.

Jusqu'à la fin du siècle, les grandes foires de Francfort, de Reims, et plus secondairement de Strasbourg et de Troyes, conservent leur rôle dans l'approvisionnement. Elles servent de points de rencontre, de lieux de paiement, et contribuent à forger les rythmes commerciaux propres de la province, qui s'organisent dans une large mesure autour des « retours de foires » - qui sont aussi comme de juste des délais de paiement pour les marchands détaillants auprès de leurs fournisseurs. Bien que nous soyons dans le cas d'espaces encore sous-équipés en matière de manufactures de commodités, et à la marge des grands circuits européens des marchandises, cela témoigne de la vigueur de ces grands rendez-vous périodiques pour une bonne partie encore du XVIII^e siècle. Il n'est cependant pas possible à partir de notre documentation de mettre en évidence une éventuelle transformation du rôle des foires. Celles-ci, au début du XVIII^e siècle encore, exerçaient une quadruple fonction de présentation et de vente des marchandises, de terme et de lieu de

paiement, de collecte et d'expédition des marchandises et d'entretien des relations entre marchands (« amitié »). Les progrès dans les moyens de transport au XVIII^e siècle (densification des routes, accroissement vraisemblable de la circulation, qui rendent les transports relativement moins coûteux en fin qu'en début de siècle), les progrès dans la circulation de l'information commerciale (envoi d'échantillons qui permettent l'information sur les produits par le simple jeu des correspondances, en lien avec l'accélération du renouvellement des marchandises), les mutations dans l'intermédiation marchande (recours aux commis-voyageurs) – tout cela contribue à rendre les foires moins utiles. Marchandises et information sur les marchandises circulent plus aisément. Leur rôle se maintient toutefois, ne serait-ce que parce que les innovations mentionnées ne touchent pas tous les marchands et toutes les régions de la même manière. Quoi qu'il en soit, les grandes foires régionales conservent leur fonction de lieux d'expédition – bénéficiant de la franchise d'une part, du grand concours de voitures qu'elles attirent d'autre part. Ne serait-ce que pour ces raisons, elles conservent tout leur intérêt pratique.

Les marchands-magasiniers et la formation de l'offre de marchandises disponible en Lorraine

Les marchands importateurs occupaient une fonction stratégique dans le commerce de la province, dans la mesure où ils contribuaient à y forger l'offre de marchandises disponibles : on sait en effet que les manufactures locales de biens de consommation courante sont restées d'envergure assez modeste jusqu'à la fin du XVIII^e siècle. Pour satisfaire la demande de la province, des importations massives étaient nécessaires, notamment en matière d'étoffes et d'accessoires de parure³⁷⁷. Les marchands-magasiniers, grossistes, redistribuaient les produits importés aux commerçants d'envergure modeste de la province et des espaces environnants : à ce titre, ils approvisionnaient directement une bonne partie des boutiques lorraines. Un certain nombre de solides marchands détaillants constituaient cependant eux-mêmes leurs stocks hors de la province, sans recourir aux services de ces grossistes. Proposaient-ils pour autant des produits différents ? L'étude des volumes d'affaires que brassaient les marchands-magasiniers et de leurs créneaux d'activité nous permet ainsi de préciser la typologie fonctionnelle des commerçants lorrains et plus généralement de mieux comprendre les dynamiques spécifiques des marchés de consommation de la province.

Le rôle des marchands-magasiniers était fondamentalement d'assurer une coordination entre l'offre proposée par les espaces productifs périphériques et la demande locale telle que formulée par les détaillants qui formaient leur clientèle. Le problème qui se posait à eux était de composer un assortiment apte à satisfaire la demande locale à partir d'une offre en transformation rapide sur laquelle ils avaient peu de prise, la Lorraine étant relativement à l'écart des grands pôles de consommation et de production. Était en fait en jeu ici leur rapport à la nouveauté. Les principales hypothèses des tenants de la « révolution de la consommation » du XVIII^e siècle sont que les gammes et les qualités des marchandises se seraient considérablement élargies tout au long du siècle, tandis que se généralisaient des marchandises de qualité moyenne ou médiocre imitant à l'occasion les marchandises de luxe, et que la vitesse de renouvellement des produits, sous l'effet de la mode, se serait considérablement accrue. Dans quelle mesure les marchands-magasiniers ont-ils contribué à introduire ces différentes innovations de produit en Lorraine ? Desservant surtout de modestes boutiques à la clientèle petite-bourgeoise ou populaire, il se peut qu'ils aient privilégié les produits les plus courants, les plus simples et les plus éprouvés par l'usage. À l'inverse, il est possible que les détaillants de grande envergure, à la clientèle aisée, aient préféré importer des produits à la mode, et aient à ce titre été les véritables promoteurs de la nouveauté dans la province. Ce chapitre s'efforce d'éprouver ces hypothèses.

Quelles que soient cependant leurs spécialisations fonctionnelles respectives, les marchands importateurs étaient confrontés à des contraintes spécifiques. Coupés des grands pôles productifs, ils devaient en premier lieu s'informer sur les produits disponibles³⁷⁸.

³⁷⁷ Pierre-Claude TRACOL, *Les canaux de distribution. Le commerce indépendant isolé*, Paris, Dunod, 1972 ; J.C. ABBOTT, *Les problèmes de la commercialisation et leurs solutions*, Rome, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, 1958 ; Jean-Marcel JEANNENEY, *Le commerce de détail en Europe occidentale. Essai de comparaison internationale de la productivité des magasins et du travail commercial*, Paris, Armand Colin, 1954.

³⁷⁸ Carlo PONI, « Mode et innovation : les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIII^e siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1998, 45-3, pp. 589-625.

L'information sur les marchandises passait par les foires, par les correspondances – dans lesquelles étaient fréquemment joints des échantillons – mais aussi par l'envoi de plus en plus fréquent au fil du siècle de commis-voyageurs par les grandes maisons de commerce extérieures, qui venaient présenter leurs marchandises. Les commerçants de la province étaient cependant tributaires des informations qu'on leur transmettait. N'étant pas présents en permanence sur les lieux de production, ils devaient par ailleurs s'en remettre à leurs fournisseurs pour sélectionner leurs marchandises : le choix final des produits à expédier en Lorraine était ainsi largement effectué par des marchands de Francfort, de Champagne, de Lyon ou de Suisse. L'offre disponible en Lorraine dépendait en somme dans une large mesure des choix qu'effectuaient des commerçants extérieurs pour le compte des marchands lorrains.

1. Diversification, renouvellement et dynamiques de l'offre

Le XVIII^e siècle est en effet marqué par un renouvellement constant de l'offre en marchandises – singulièrement dans le commerce des commodités : à côté de certains produits-phares se maintenant tout au long du siècle – que nous appelons ici produits « stables », de nombreux autres ne sont commercialisés que quelques années³⁷⁹. Pour faire apparaître la fonction commerciale spécifique des marchands-magasiniers, il convient dans un premier temps de déterminer quels types de produits ils contribuaient à mettre en circulation et, en particulier, quelle place les nouveautés et les produits les plus stables occupaient dans leurs affaires. Pour ce faire, nous allons d'abord étudier la dynamique de diversification des marchandises disponibles dans la province, avant de montrer quels types de produits proposaient les marchands-magasiniers³⁸⁰. Nous avons fait le choix ici de nous concentrer sur les étoffes, qui sont un des moteurs vraisemblables de l'essor de la consommation marchande au XVIII^e siècle. L'étude des inventaires des fonds de boutique et de magasin des années 1715-1730, 1740-1755 et 1780-1785 va nous permettre de prendre la mesure de ces transformations de l'offre disponible. Un tel travail déborde en fait largement le cadre de la seule Lorraine, dans la mesure où la région se caractérise, du point de vue commercial, par l'importance des importations en provenance des espaces rhénans et alémaniques. Cette étude du niveau de renouvellement des marchandises au fil du siècle est donc parlante non seulement pour les espaces français, mais aussi dans une assez large mesure pour l'ensemble des marchés d'Europe continentale.

1.1. Méthodologie d'analyse

Pour mener l'étude des stocks des marchands-magasiniers, nous allons nous appuyer sur les inventaires de faillite déposés par ces commerçants au greffe de la justice consulaire de Nancy. Ces documents posent toutefois des problèmes d'utilisation considérable, que nous allons maintenant étudier.

³⁷⁹ C'est semble-t-il ce qui se produit au sein même des espaces productifs, avec des types de produits qui prennent le pas sur d'autres. « S'agissant des toilettes proprement dites, les productions les moins coûteuses prirent progressivement le dessus, affectant par là même la production des batistes, d'une qualité moyenne supérieure aux linons unis, rayés ou mouchetés. Entre 1750 et 1759, ces batistes représentaient 48,72 % de la production manufacturière. Elles ne comptaient plus que pour 39,4 % deux décennies plus tard » (Didier TERRIER, *Les deux âges de la proto-industrie*, Paris, Editions de l'EHESS, 1996, p. 30).

³⁸⁰ Sur les produits et leur qualité, voir : Johann Christian SCHEDEL, *Neues und vollständiges, allgemeines Waaren-Lexikon*, Offenbach, 1800 (3^e édition) ; Giorgio RIELLO et Prasanna PARTHASARATHI (dir.), *The Spinning World: A Global History of Cotton Textiles 1200-1850*, Oxford, University Press, 2009 (en particulier : Olivier RAVEUX, 'The birth of a new european industry : l'indiennage in seventeenth-century Marseilles', pp. 291-306 et John STYLES, 'What were cottons for in the early industrial revolution ?', pp. 307-326).

1.1.1. Le choix des sources : les inventaires de marchandises et leur utilisation

Les inventaires de faillite sont construits sur le modèle des inventaires après décès : on y trouve le même type d'informations, les marchandises y sont prisées de la même manière, et ils posent les mêmes problèmes d'utilisation³⁸¹. Ces documents suivent un modèle général de présentation des données : l'actif est composé de l'ensemble des possessions du marchand, qu'il s'agisse de ses biens personnels, des équipements de la boutique, des marchandises en stock ou des dettes actives – et ce quel que soit leur degré de liquidité³⁸². Le passif rassemble l'ensemble des dettes. Selon la diligence et l'application des priseurs, les produits sont plus ou moins bien décrits : pour les tissus, sont bien souvent précisés la couleur, la largeur voire les différents motifs ornant la pièce d'étoffe. Les prix mentionnés dans les inventaires sont toutefois d'interprétation problématique. Ce ne sont généralement pas des prix d'achat ou de vente – encore que dans plusieurs cas, ce soit explicitement le prix d'achat tiré des factures que l'on relève. Il s'agit le plus souvent de prix estimatifs, entretenant un rapport médiat avec ceux du marché, qui correspondent au niveau de la mise à prix dans le cadre d'une vente aux enchères. Comme le suggèrent les inventaires et les quelques papiers subsistants de la maison Gérard et Toustain, les marchandises étaient mises à l'encan par les commerçants se retirant des affaires : le prix de base lors de la vente était précisément celui indiqué dans les inventaires.

Les inventaires de faillite nous donnent accès à la diversité des marchandises proposées par les marchands de la province. La question se pose cependant de la représentativité de l'échantillon de commerçants ainsi sélectionné : n'y a-t-il pas un biais à recourir pour notre enquête à des marchands ayant échoué ? En fait, la faillite, issue d'un défaut de paiement, était un état relativement courant chez les marchands des économies préindustrielles, et tout particulièrement chez les marchands de détail : faire la jonction entre les paiements à effectuer et ceux à recevoir était en effet souvent assez périlleux³⁸³. Si l'on s'en tient aux inventaires traités ici, il faut distinguer deux cas de figure : soit l'effondrement pur et simple de l'activité des marchands concernés – situation que l'on repère à l'énormité du passif et à la chétivité des actifs –, soit des difficultés passagères – actifs et passifs étant alors relativement équilibrés. La majorité des marchands faillis ne faisaient en réalité que traverser une mauvaise passe, se rattachant alors au second cas de figure, et rares sont les désastres absolus. Dans bien des cas même, le montant des dettes actives est supérieur au passif : c'est que beaucoup de créances sont véreuses et difficiles à recouvrer. Les inventaires de faillite conservés correspondraient donc dans l'ensemble à des marchands dont l'état du crédit n'est qu'un peu moins bon que ce qu'ils connaissent en période de prospérité.

L'autre type de biais que l'on peut suspecter concerne la nature des actifs, en particulier des marchandises présentes en stock. Ce que l'on y retrouve en effet, ce sont les invendus au moment de la constitution des inventaires : ce qui se vend le plus mal – les

³⁸¹ Mark OVERTON, Jane WHITTLE, Darron DEAN and Andrew HANN, *Production and Consumption in English Households, 1600-1750*, Londres, Routledge, 2004 ; Micheline BAULANT, Anton J. SCHUURMAN et Paul SERVAIS (dir.), *Inventaires après décès et ventes de meubles : apports à une histoire de la vie économique et quotidienne, XVe-XIXe siècle : actes du séminaire tenu dans le cadre du 9ème Congrès international d'histoire économique de Berne, 1986*, Louvain-la-Neuve, Academia, 1988 ; Françoise WARO-DESJARDINS, *La vie quotidienne dans le Vexin au XVIIIe siècle d'après les inventaires après décès de Genainville 1736-1810*, Cergy-Pontoise, Editions du Valhermeil, 1992.

³⁸² En l'absence de distinction entre le fonds de boutique et les biens propres, c'est l'ensemble des possessions des marchands qui est relevée dans les inventaires. Voir Patrick VERLEY, *Entreprises et entrepreneurs du XVIIIe siècle au début du XXe siècle*, Paris, Hachette, 1994

³⁸³ Julian HOPPIT, *Risk and Failure in English Business 1700/1800*, Cambridge, University Press, 1987

marchandises gâtées ou passées de mode - est ainsi surreprésenté³⁸⁴. Les inventaires ne seraient donc pas tant représentatifs des ventes effectivement faites, que des méventes. Il est difficile cependant de considérer que l'on n'y trouve que des marchandises se vendant mal. Cette situation est sans doute vraie chez les commerçants dont le stock est d'un montant très faible, mais dès lors que la valeur des marchandises atteint 25 ou 30 % des actifs mobiliers et que ceux-ci sont d'un niveau comparable au passif, les assortiments de marchandises des faillis ne se distinguent guère de ceux des marchands non-faillis. Au demeurant, comme nous ne menons pas notre analyse des fonds de boutique pour des périodes très resserrées, mais pour des plages d'une quinzaine d'années, la surreprésentation des invendus dans un inventaire ne pose pas de gros problèmes méthodologiques : une étoffe est passée de mode en 1750 pouvait très bien être encore très recherchée en 1745. A une telle échelle temporelle d'analyse, les effets de mode de très court terme et les biais qu'ils introduisent dans notre analyse sont gommés.

1.1.2. Types de marchandises et qualité des produits

L'étude des fonds de magasin suppose de classer les produits en différentes catégories. La typologie retenue propose huit grandes classes de marchandises. Pour faciliter l'analyse des étoffes, qui vont retenir ici notre attention, nous les avons regroupées en plusieurs sous-catégories³⁸⁵.

Du point de vue de la disponibilité en biens de consommation, le XVIII^e siècle est marqué par la profusion et de la diversification des marchandises : outre le grand nombre de biens disponibles, l'innovation de produit passait fréquemment par le jeu des producteurs sur les qualités³⁸⁶. Ces notions de produit et de qualité étant complexes, elles méritent que l'on s'y arrête³⁸⁷. Par produit, nous entendons un bien présentant des caractères donnés, mais suffisamment distincts d'autres biens du même type pour être identifié comme spécifique. Chaque bien s'identifie par son nom, qui est la marque de sa spécificité jugée irréductible : « calancas » et « doriasse » sont des variétés d'indiennes aux caractères suffisamment spécifiques pour être identifiées comme telles, tout comme le « drap de Louviers » ou celui « de Sedan »³⁸⁸.

Dans bien des cas cependant, les inventaires se contentent de désignations très vagues : des marchandises sont ainsi simplement qualifiées de « drap », de « toile » ou « d'indienne ». La dénomination renvoie ici non pas à un produit clairement identifié, mais à une grande catégorie de produits, à un terme générique - soit que l'inventaire ait été confectionné par un priseur pressé, soit que le produit soit difficile à identifier et donc désigné par référence à un type général connu. A un degré moindre d'imprécision, la seule désignation d'un produit comme « étamine » ou comme « serge » est trop vague pour être pleinement

³⁸⁴ Maurice GARDEN, « Aires du commerce lyonnais au XVIII^e siècle », in Pierre LEON (dir.), *Aires et structures du commerce français au XVIII^e siècle*, Paris, CNRS, 1973, pp. 265-300.

³⁸⁵ La sous-catégorie 10 des étoffes correspond aux produits non-identifiés, inconnus des sources compulsées (*Le parfait négociant* ou *L'Encyclopédie Raisonnée*). Dans bien des cas, il s'agit de tissus apparaissant une ou deux fois seulement dans les inventaires, et sur une seule césure. On a donc certainement affaire, dans bien des cas, à des produits peu stables, faisant une apparition fugace. Beaucoup devaient être des dérivés ou des imitations de produits stables et réputés, disponibles à meilleur prix, relevant ainsi du « populuxe ». Voir sur ces questions : Maxine BERG et Helen CLIFFORD (dir.), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, University Press, 1999 ; Maxine BERG et Elizabeth EGER (dir.), *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods*, Basingstoke, Palgrave, 2003.

³⁸⁶ Line TEISSEYRE-SALLMANN, *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc : XVII^e-XVIII^e siècles*, Paris/Genève, Honoré Champion/Droz, 1995, pp. 299-316.

³⁸⁷ Alessandro STANZIANI (dir.), *La qualité des produits en France (XVIII^e-XX^e siècles)*, Paris, Belin, 2003.

³⁸⁸ Philippe MINARD, « Réputation, normes et qualité dans l'industrie textile française au XVIII^e siècle », in STANZIANI (dir.), *La qualité des produits*, pp. 69-89.

significative : ces termes ne renvoient en définitive qu'à l'usage de certaines fibres ou à certains modes de tissage, et peuvent s'appliquer des produits assez différenciés entre eux. Cette imprécision dans la qualification des produits est en tout cas une donnée structurelle du monde des biens à l'époque moderne : devant la formidable diversité des produits disponibles et la rapidité de leurs renouvellements, il est bien naturel que tous ne pouvaient être connus des marchands.

En plus d'une démultiplication des types de produits, le XVIII^e siècle européen connaît également une grande extension de la diversité des qualités, c'est-à-dire des caractéristiques secondaires des produits - taille, largeur, couleur, finitions diverses. Ainsi, en tenant compte, au sein des catégories et sous-catégories de produits, des différentes qualités, il est possible de déterminer l'extension des gammes de produits proposées par les marchands. Par gamme, on entend l'éventail des variétés de produits proposées : le terme peut être employé pour parler des catégories de produits (quels types d'étoffes représentés ?), des sous-catégories (quels types d'indiennes proposés ?), voire des produits eux-mêmes (quelles variétés de calancas proposées ?).

1.1.3. Traitement des sources

Il n'est pas question ici de tenter une statistique des volumes de marchandises en circulation dans la province, que la nature des sources employées ne nous permet de toute manière pas de connaître. Nous pouvons par contre étudier l'évolution du nombre de types de marchandises disponibles, et prendre ainsi une première mesure du niveau de renouvellement des produits au cours du siècle. Le renouvellement du stock de marchandises disponible peut prendre deux figures : l'innovation de produit – c'est-à-dire l'apparition de nouveaux types de biens - et la diversification des qualités à l'intérieur des types de produits. Nous allons dans un premier temps nous pencher sur les innovations de produit. Notre approche est pour ce faire sémantique : dans l'ensemble des marchandises représentées pour chacune des trois césures étudiées, nous dénombrons celles qui apparaissent, qui disparaissent, qui se maintiennent ou qui ne font qu'une apparition fugace.

Les trois césures retenues sont les années 1715-1730, 1740-1755 et 1780-1785 : chacune correspond à l'une des trois périodes de l'histoire économique de la Lorraine que nous avons identifiées dans la première partie de ce travail. Nous avons procédé pour chaque césure retenue à la saisie de – respectivement – 30, 50 et 80 inventaires de marchands, ce qui correspond en tout à près de 40.000 entrées-produits différentes. Notre échantillon est suffisamment large pour présenter des marchands situés à tous les échelons de la chaîne de redistribution, grossistes comme détaillants, et actifs dans tous les types de localités : villes, bourgs, ou villages. Pour prendre une vue géographiquement la plus large possible pour la fin du siècle, nous avons complété les données de la césure 1780-1785 par celles des marchands des campagnes des années 1775-1790, soit une vingtaine de cas.

Nous étudions ensuite l'évolution des qualités des marchandises présentes tout au long du siècle. L'étude des innovations de produit montre que la proportion de marchandises stables dans les stocks des marchands est importante. La stabilité des types de produits ne veut cependant pas dire que ceux-ci ne connaissent pas de renouvellements importants, par la démultiplication des qualités proposées. Pour une vingtaine de produits disponibles tout au long du XVIII^e siècle, et présents en grande quantité dans les inventaires, nous disposons en effet d'informations nombreuses sur les qualités. Pour les étoffes, les qualités les plus significatives concernent la couleur et la finition : nous allons ainsi étudier l'évolution du nombre de couleurs et de types de finitions représentés de chacun de ces produits.

1.2. L'offre d'étoffes : un renouvellement important mais un noyau solide de produits stables

1.2.1. Le renouvellement des types de produits

Il n'est pas possible de déterminer le nombre total des produits disponibles dans la province : nos échantillons, bien que couvrant tous les types de marchands, ne nous garantissent en effet pas un relevé exhaustif des marchandises vendues. Les chiffres pour la fin du siècle semblent ainsi singulièrement bas par comparaison avec ceux des années 1750.

Nombre de catégories d'étoffes représentées dans les inventaires pour chaque césure	1715-1730	1740-1755	Années 1780
Etoffes de luxe	15	16	15
Belles étoffes	49	76	45
Etoffes de laine communes	63	93	60
Petites étoffes de laine	19	35	21
Etoffes mêlées	36	52	20
Indiennes	17	49	33
Autres cotonnades	8	20	13
Etoffes de lin et de chanvre	10	9	9
Toiles	27	40	33
Etoffes non identifiées	33	55	60
Ensemble	277	445	309

On passe de 277 types d'étoffes relevés pour 1715-1730 à 445 en 1740-1755, et à 309 en 1780-1785. S'il n'est pas possible de déduire de ces chiffres une augmentation du nombre de types d'étoffes disponibles dans la province au cours du siècle, on peut évaluer le rythme des apparitions au fil du siècle, et prendre par là même une première mesure du rythme de renouvellement de l'offre en produits textiles. Comparons pour cela les produits proposés par les marchands dans la première et la troisième césure.

Apparition de produits par sous-catégories d'étoffes au XVIIIe siècle	Nombre de produits proposés dans les années 1780-1785	Nombre de produits apparus au fil du siècle	Nombre de produits déjà présents en 1715-1730	Proportion des produits apparus au fil du siècle
Etoffes de luxe	15	8	7	0,53
Belles étoffes	45	27	18	0,60
Etoffes de laine communes	60	35	25	0,58
Petites étoffes de laine	21	12	9	0,57
Etoffes mêlées	20	5	15	0,25
Indiennes	33	27	6	0,82
Autres cotonnades	13	10	3	0,77
Etoffes de lin et de chanvre	9	4	5	0,44
Toiles	33	20	13	0,61
Etoffes non identifiées	60	53	7	0,88
Ensemble	309	201	108	0,65

Sur 309 types d'étoffes recensées pour la dernière césure, on relève 201 nouveautés par rapport aux années 1715-1730, 108 marchandises demeurant stables : le taux d'innovation en soixante ans est ainsi de 65 %³⁸⁹.

³⁸⁹ Conformément à nos remarques méthodologiques générales, nous ne comptons pas comme produits stables les marchandises désignées par un terme générique - comme « drap », « toile » ou « étoffe ». L'imprécision de ces termes renvoie en effet au caractère difficilement identifiable des produits concernés, lié à leur rareté ou à leur nouveauté. Ainsi, le tissu simplement identifié comme « drap » dans la première césure est sans doute bien différent de celui désigné comme tel dans la dernière. On ne peut donc considérer le simple « drap » comme un produit stable sur le siècle – de même que la « toile », fût-elle « cirée » ou « peinte » - ou les « cotonnades », sans même parler des « étoffes ».

Apparition de produits par sous-catégories d'étoffes entre les années 1740-1755 et les années 1780-1785	Nombre de produits représentés dans les années 1780	Nombre de produits apparaissant	Nombre de produits stables	Proportion des produits apparaissant dans la seconde moitié du siècle
Etoffes de luxe	15	7	8	0,47
Belles étoffes	45	16	29	0,36
Etoffes de laine communes	60	22	38	0,37
Petites étoffes de laine	21	8	13	0,38
Etoffes mêlées	20	2	18	0,10
Indiennes	33	15	18	0,45
Autres cotonnades	13	6	7	0,46
Etoffes de lin et de chanvre	9	4	5	0,44
Toiles	33	16	17	0,49
Etoffes non identifiées	60	40	20	0,66
Ensemble	309	136	173	0,44

Même à des intervalles plus rapprochés, le niveau d'innovation est important : par rapport à la césure 1740-1755, 136 produits disponibles dans les années 1780-1785 sur 309 sont des nouveautés, le taux d'apparition de produits étant alors de 44 %. Le fort degré de renouvellement de l'offre en étoffes est donc une constante tout au long du siècle. Cette dynamique d'apparition des produits va de paire avec un fort niveau de disparition. Entre la première et la dernière césure, 169 variétés d'étoffes sur 277 disparaissent – soit un taux de 61 %. La rapidité des disparitions est tout aussi brutale que celle des apparitions : entre les années 1715-1730 et les années 1740-1755, malgré la forte augmentation du nombre de types d'étoffes représentés dans les inventaires, ce sont 103 variétés de tissus qui disparaissent, soit 37,2 % des produits recensés dans la première césure.

Malgré ces renouvellements profonds, il existe un solide noyau de 108 variétés de tissus qui se maintiennent tout au long du siècle. Le marché des étoffes au XVIIIe siècle est ainsi composé de deux grands types de produits : des marchandises éprouvées d'une part, et d'autres, en nombre important, plus ou moins dérivées des premières, qui alimenteraient les modes et contribueraient au renouvellement perpétuel de l'offre³⁹⁰. Toutes les catégories de produits n'étaient en fait pas concernées au même degré par les dynamiques de renouvellement. Entre 1715-1730 et 1780-1785, pour un taux moyen d'innovation de 65 %, plusieurs d'entre elles se singularisent. Parmi les produits connaissant les renouvellements les plus rapides et les plus profonds, on trouve sans grande surprise les étoffes de coton : les indiennes sont renouvelées aux quatre cinquièmes – 27 produits sur 33 – et les cotonnades diverses voient l'arrivée de trois quarts de nouveaux produits au fil du siècle – dix étoffes sur 13. Ce sont cependant les étoffes non identifiées, bien souvent « de mode », qui se renouvellent le plus, avec près de neuf innovations pour dix produits - 53 sur 60. Les dynamiques sont également puissantes pour les divers lainages : bien qu'inférieurs à la moyenne de l'échantillon, les taux de renouvellement pour ces produits sont tous supérieurs à

³⁹⁰ TEISSEYRE-SALLMANN, *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc*, pp. 299-316 ; Jean PEYROT, « Les techniques du commerce des soies au XVIIIe siècle, à travers les documents commerciaux et comptables des fabricants de soieries », *Bulletin du Centre d'histoire économique et sociale de la région lyonnaise*, 1, 1973, pp. 29-48.

50 %. Les seuls produits à être relativement peu affectés par les transformations sont les étoffes mêlées et celles de lin et de chanvre. Les niveaux d'innovation de produits étaient en somme très importants pour les lainages et les cotonnades dès le premier tiers du siècle.

L'interprétation de ces dynamiques de renouvellement n'est pas aisée. On peut fort bien y voir le reflet des transformations de la demande finale en étoffes – une demande qui serait de plus en plus large socialement, diversifiée dans ses goûts et avide de nouveauté. Le fort niveau de renouvellement des différents produits serait ainsi le signe de leur succès auprès de consommateurs toujours plus nombreux, aux goûts toujours plus variés : il est ainsi possible que les cotonnades l'emportent progressivement en popularité sur les toiles de lin et de chanvre et les étoffes mêlées à base de laine. De manière non contradictoire, on peut aussi penser que ce fort degré de renouvellement des marchandises offertes trahit l'existence d'une menace permanente d'engorgement des marchés de consommation : susciter l'envie par des produits fréquemment renouvelés serait le moyen de maintenir la demande à un niveau élevé. Ce rôle d'aiguillon du désir de consommation était sans doute tenu en partie par divers produits « météoritiques » à la carrière fulgurante, très nombreux parmi les étoffes non-identifiées³⁹¹.

La plupart de ces produits à fort renouvellement étaient de prix relativement modéré : ils étaient donc pour bon nombre d'entre eux destinés à de larges marchés de consommation. Comme première indication du niveau des prix, on peut s'appuyer sur la valorisation des marchandises dans les inventaires.

Prix estimatif médian des étoffes en liv. l. par aune de Paris	1715-1730	1740-1755	1780-1785
Etoffes de luxe	18,0	16,5	17,63
Belles étoffes	7,0	7,43	6,0
Etoffes de laine communes	3,25	3,15	2,8
Petites étoffes de laine	2,0	1,75	1,75
Etoffes mêlées	2,75	3,0	2,9
Indiennes	2,9	3,68	3,38
Autres cotonnades	2,8	2,4	2,75
Etoffes de lin et de chanvre	3,25	1,65	3,5
Toiles	1,8	1,95	2,38
Etoffes non identifiées	4,0	3,3	4,0

La différence de niveau de prix était très nette entre d'une part les étoffes de luxe, au prix médian de 16 à 18 liv. l., ou les belles étoffes, atteignant 6 à 7 liv. l., et d'autre part les cotonnades, toiles et divers lainages, aux prix médians compris entre 1,5 et 4 liv. l. Il faut cependant bien se souvenir que les prix indiqués ici sont des prix d'inventaires, sensiblement plus faibles que les prix de vente effectifs dans les boutiques : les étoffes ne sont donc pas des marchandises bon marché, et seules les qualités inférieures étaient accessibles à la clientèle populaire. C'est ainsi que les indiennes avaient un prix médian relativement élevé. Cela s'explique par la grande diversité de marchandises que l'on retrouvait dans cette catégorie de produits : un certain nombre d'étoffes comme les mousselines étaient en particulier assez

³⁹¹ L'hypothèse de l'extension géographique et sociale des marchés de consommation des étoffes est testée dans la troisième partie de ce travail.

onéreuses, quand les indiennes les plus courantes avaient des prix comparables à ceux des petits lainages. Les étoffes de qualité moyenne et celles de « mode » étaient en tout cas accessibles à l'élite de l'artisanat urbain et aux populations rurales les plus aisées, ce qui représentait malgré tout des marchés de consommation d'envergure non négligeable. La grande stabilité des prix d'inventaire tout au long du siècle laisse par ailleurs supposer une hausse modérée des prix de vente des étoffes : compte tenu de l'inflation généralisée, il se peut que le prix réel des tissus, calculé par rapport aux cours du blé, connaisse une diminution. Le recrutement social des consommateurs de petits lainages et d'indiennes a donc pu s'élargir progressivement au fil du siècle³⁹².

1.2.2. *La dispersion des qualités des produits*

Près de 35 % des types d'étoffes disponibles chez les marchands lorrains dans les années 1780-1785 existaient déjà au début du siècle : malgré les renouvellements importants dans certains secteurs, et la promotion de divers types d'étoffes, c'est donc toute une gamme de marchandises qui se maintient le siècle durant. Cette stabilité des produits doit cependant être nuancée. Derrière l'uniformité des désignations, il était possible pour les marchands de jouer sur différents paramètres constitutifs de la qualité des produits : la largeur des pièces d'étoffes (qui déterminait dans une certaine mesure l'usage que l'on pourrait en faire), leur finition, leur toucher, leur couleur. De ce fait, et au-delà de la stabilité des caractéristiques générales de ces produits – c'est-à-dire en définitive des normes de production -, la diversité en leur sein était très grande. Devant l'incomplétude de bien des mentions de qualité dans les inventaires, il nous est difficile de quantifier – ce que fait Françoise Bayard pour Lyon et le Beaujolais – le nombre de qualités pour chaque produit ou leur évolution au fil du siècle³⁹³. Pour une vingtaine, il est cependant possible d'évaluer le nombre de coloris et de types de finition proposés pour chacune des césures.

³⁹² De telles hypothèses sont également formulées pour l'Angleterre et l'Amérique du Nord au XVIIIe siècle par Carole SHAMMAS, 'The Decline of Textile Prices in England and British America Prior to Industrialization', *Economic History Review*, 47-3, 1994, pp. 483-507.

³⁹³ Françoise BAYARD, « De quelques boutiques de marchands de tissus à Lyon et en Beaujolais aux XVIIe et XVIIIe siècles », in Geneviève GAVIGNAUD-FONTAINE, Henri MICHEL et Elie PELAQUIER (éd.), *De la fibre à la fripe. Le textile dans la France méridionale et l'Europe méditerranéenne (XVIIe/XXe siècles)*, Université Paul-Valéry, Montpellier, 1998, pp. 429-458.

Evolution de la diversité des qualités de produits	Nombre de qualités différentes de produits		
	1715/1730	1740/1755	1780/1785
Basin	6	23	13
Batiste	4	2	7
Calamande	12	58	24
Camelot	18	48	38
Dauphine	5	20	5
Etamine	23	35	11
Etamine du Mans	11	15	5
Droguet	6	34	14
Droguet d'Angleterre	15	17	8
Espagnolette	5	6	8
Etamette	3	29	8
Flanelle	27	36	11
Futaine	6	18	12
Indienne	9	33	4
Mousseline	9	57	33
Panne	2	38	60
Pluche	1	39	16
Satin	7	26	32
Serge	22	38	10
Siamoise	2	20	16
Velours	5	14	6

Avec toutes les limites que pose notre relevé, il semblerait que les étoffes stables aient connu au fil du temps une démultiplication du nombre de qualités proposées – grâce en particulier à l'accroissement du nombre de combinaisons de couleurs ou du nombre de motifs employés au cours du siècle. De fait, sur les 21 produits convenablement documentés pour le siècle entier présentés ici, 14 – soit les deux tiers - voient le nombre de leurs variétés s'accroître au fil du siècle – certains d'ailleurs dans des proportions vertigineuses comme les panes qui passent de deux à 60 variétés en un siècle. Seuls six produits voient leur nombre de variétés diminuer, et un seul, les dauphines, stagner – malgré une forte hausse en milieu de siècle. Les produits stables venaient donc à leur manière alimenter les dynamiques de renouvellement de l'offre.

C'est en particulier dans le domaine des couleurs que les transformations sont les plus tangibles. Il était en effet possible de varier presque à l'infini les coloris des étoffes en panachant plusieurs couleurs, en y adjoignant des rayures ou des motifs ornementaux. Si le nombre de couleurs connaît une hausse modeste au fil du siècle, on voit les combinaisons, les rayures ou les motifs se démultiplier.

Nombre de variétés pour les étoffes stables	1715-1730	1740-1755	1780-1785
Couleurs pleines	23	37	27
Combinaisons de couleurs	5	20	17
Rayures de couleur	6	12	14
Motifs ornementaux	1	11	9

La faible hausse du nombre des couleurs employées masque en fait le renouvellement profond et rapide qu'elles connaissent. Si les couleurs les plus courantes se maintiennent tout au long du siècle, on assiste à une transformation non négligeable de la gamme chromatique, dans le sens d'un éclaircissement des coloris. Le tableau suivant présente les apparitions et les disparitions de teintes entre le début et la fin du siècle.

Apparition et disparition des couleurs au fil du siècle		
Couleurs stables sur le siècle	9	blanc, bleu, brun, écarlate, gris, jaune, noir, rouge, vert
Couleurs disparues entre les deux césures	14	amarante, café, cannelle, cendré, chair, feu, gris blanc, gris de fer, gris d'épine, gris mêlé, noir clair, noisette, olive, violet
Couleurs apparues entre les deux césures	18	abricot, bleu clair, bleu de Roi, boue de Paris, chamois, citron, cramoisi, flambé, gorge de pigeon, gris bleu, gris roux, merde d'oie, mordoré, prune, rose, souris, vert de Saxe, vert pomme

Les couleurs les plus stables sur le siècle sont les plus élémentaires. Entre le début et la fin du siècle, un nombre important de couleurs « de mode » disparaissent et apparaissent, laissant apparaître une transformation du goût. Les couleurs à la mode dans les années 1715-1730 étaient sauf exception – comme « chair » et « feu » - assez sombres, tandis qu'au fil du temps le goût pour les étoffes plus claires se répand : les teintes sombres sont ainsi minoritaires parmi celles en vogue à la fin du siècle – boue de Paris, gris roux, merde d'oie et prune, soit quatre sur 18. Les progrès des couleurs claires repérés par Daniel Roche à Paris et par Françoise Bayard à Lyon et dans le Beaujolais semblent ainsi se retrouver également en Lorraine³⁹⁴. Peut-on se risquer à une interprétation de psychologie collective, qui verrait dans les progrès de la clarté en matière vestimentaire le signe d'un climat d'optimisme baignant dans la « douceur de vivre » ? Voire. Tout au plus peut-on dire que ces mutations dans les coloris contribuent à leur manière aux dynamiques de renouvellement des produits disponibles. Les rythmes de transformation de la gamme de teintes sont au demeurant comparables à ceux des types d'étoffes.

³⁹⁴ Daniel ROCHE, *La culture des apparences : une histoire du vêtement, XVII-XVIIIe siècle*, Paris, Seuil, 2007 ; BAYARD, « De quelques boutiques de marchands de tissus à Lyon et en Beaujolais » ; John STYLES, 'Manufacturing, consumption and design in eighteenth-century England', in John BREWER et Roy PORTER (dir.), *Consumption and the World of Goods*, Londres-New York, Routledge, 1993, pp. 527-554.

Apparition de nouvelles couleurs entre les périodes	1715-1730	1740-1755
Nombre de couleurs encore présentes en 1780	9	16
Nombre de couleurs disparues dans les années 1780	14	21
Nombre de couleurs nouvelles dans les années 1780	18	11
Proportion des couleurs nouvelles dans les années 1780 (n = 27)	0,67	0,41

L'innovation de coloris est constante au cours du siècle, et même assez forte entre les deux dernières césures. Le renouvellement constant des produits touche donc également les produits les plus stables, sous la forme de nouvelles gammes de couleurs. Toutes ces stratégies concourent en définitive à maintenir le dynamisme des marchés en entretenant le désir de consommation et de nouveauté.

Cette première vue globale de l'évolution au fil du siècle des qualités de produits disponibles laisse l'impression d'une offre très diversifiée et constamment renouvelée. C'est d'autant plus vrai que les étoffes les plus stables sur le siècle étaient d'une très grande variété : derrière la stabilité des manières de produire, ce sont souvent des dizaines de qualités différentes qui pouvaient être proposées. Ces mutations de l'offre surviennent cependant alors que les aires d'approvisionnement connaissent une très grande stabilité : les étoffes promues au fil du siècle étaient en fait issues des espaces de fourniture traditionnels. Le renouvellement des produits proposés était pour les marchands-fabricants de ces places un moyen de conserver leur position commerciale sur des marchés de consommation probablement sous la menace constante de l'engorgement³⁹⁵. Ces étoffes à fort renouvellement étaient-elles cependant très consommées, ou bien ne faisaient-elles qu'alimenter des segments de marchés étroits, soumis à « la mode » ? N'étaient-elles en fin de compte que des produits d'appel pour des marchandises plus éprouvées ? L'étude des inventaires des marchands-magasiniers des années 1740 et 1750 nous permet de déterminer quels étaient les types d'étoffes les plus répandus dans la province, et donc de préciser le rôle de ces marchands dans la fabrique du goût.

2. Les marchands-magasiniers et la diffusion des marchandises dans la province : créneaux d'activités et niveaux d'affaires

Pour comprendre la fonction économique exercée par les marchands-magasiniers, nous devons mettre en évidence leur rôle dans la circulation des marchandises. Cela suppose avant toute chose de déterminer quelles marchandises ils mettaient en circulation, et de donner un ordre de grandeur du niveau de leurs affaires. Dans le cas des grossistes de Nancy,

³⁹⁵ Ce serait un autre sujet, à étudier au demeurant au niveau de chaque grande ville ou région de « fabriques ». Qu'il nous suffise d'indiquer le grand renouvellement porté par les marchands de la place de Nîmes, signalé par Lise TEISSEYRE-SALLMANN (*L'industrie de la soie en Bas-Languedoc*, pp. 299-316).

une telle approximation est possible à partir de la quantité de marchandises qu'ils faisaient entrer dans la ville.

2.1. Niveaux et volumes d'affaires des grossistes : une évaluation

Il peut être judicieux pour évaluer le niveau des achats des grossistes nancéiens d'utiliser les données de l'octroi. Les achats qu'effectuaient ces marchands à Nancy même étant peu importants, le niveau de leurs entrées dans la ville peut être considéré comme une approximation acceptable de leurs achats totaux. Dès les années 1720, les opérations commerciales des marchands-magasiniers montaient systématiquement à plusieurs dizaines milliers de liv. l. par an, et fréquemment à plus de 100.000 liv. l. Les quelques indications, parcellaires, dont nous disposons, suggèrent une augmentation assez notable du volume moyen de leurs affaires entre les années 1720 et les années 1770 - sans doute une hausse de moitié : sur le long terme, les plus grands commerçants auraient donc vu leurs affaires croître dans des proportions comparables à l'extension des échanges dans la province. Il se peut par ailleurs que cette élite commerciale ait été plus large à la fin du siècle que dans les années 1720.

Des volumes d'affaires en croissance sensible au XVIIIe siècle

a) Des indications pour les années 1720

Nous ne revenons pas ici sur le mode de tenue des registres de l'octroi pendant que le Corps des marchands de Nancy tenait affermé le « 96^e denier »³⁹⁶. Nous disposons pour les années 1726 à 1729 du détail des sommes versées au Corps des marchands par les commerçants faisant entrer des produits dans la ville. La valeur de chaque envoi est spécifiée dans les registres d'octroi, ce qui nous permet de déterminer le montant des importations dans la ville de chaque marchand. Les résultats sont donnés pour les années 1728 et 1729, les seules pour lesquelles les registres en question soient intégralement conservés. Notons que ces deux années sont, à en juger par les données globales sur les entrées dans les années 1720, plutôt fastes pour le commerce nancéien³⁹⁷. Les niveaux d'affaires ici présentés sont donc probablement quelque peu surévalués par rapport aux années communes.

³⁹⁶ Abonnement du 96^e denier (1726). 49 B 15 : Comptes du corps des marchands. 1695/1731.

³⁹⁷ Voir 1^e partie, chapitre 2.

Répartition des marchands selon le niveau des entrées de marchandises	1728		1729	
	Effectif	Part en %	Effectif	Part en %
Plus de 100.000 liv. l.	5	3,4	5	3,7
De 50.000 à 100.000 liv. l.	13	9,0	9	6,7
De 10.000 à 50.000 liv. l.	24	16,6	34	25,4
De 5.000 à 10.000 liv. l.	17	11,7	12	9,0
De 1.000 à 5.000 liv. l.	47	32,4	38	28,4
Moins de 1.000 liv. l.	39	26,9	36	26,9
Ensemble	145	100,0	134	100,0

En 1728, on ne relève que 18 marchands effectuant plus de 50.000 liv. l. d'entrées dans la ville, dont cinq plus de 100.000 liv. l. Parmi les plus gros marchands de Nancy, la maison Cressant et Vallet et le négociant Jacques Huyn atteignaient les 150.000 liv. l., tandis que les frères Coster approchaient les 300.000 liv. l. par an de marchandises acquises. En dehors donc d'une élite commerciale très étroite dont les niveaux d'affaires étaient comparables aux grands négociants lyonnais ou de la façade atlantique, les marchands étaient donc d'une envergure assez modeste. Les registres du contentieux des marchands, étudiés plus en détail dans le prochain chapitre, indiquent les noms de 14 marchands-magasiniers nancéiens actifs dans les années 1724-1726 – ils étaient donc peut-être un peu plus nombreux dans la réalité³⁹⁸. En 1728, le niveau moyen des entrées de ces 14 commerçants était de 96.500 liv. l., et de 85.300 liv. l. en 1729. On peut ainsi considérer que les grossistes de Nancy réalisaient des achats et des ventes de l'ordre de 90 à 100.000 liv. l. par an. Les disparités entre commerçants étaient cependant importantes : la maison Laussel et Jeandel ou Joseph Lombard ne réalisaient ainsi que 30 à 50.000 liv. l. d'entrées à Nancy par an, soit cinq à dix fois moins que les plus solides commerçants de la place.

b) Des indications pour les années 1770

Dans les années 1770, les marchands-magasiniers se sont sensiblement renforcés par rapport aux années 1720, tant par leur nombre que par leur niveau d'affaires - à la mesure sans doute de l'essor commercial de la province. Une pétition des principaux marchands de Nancy du 9 mai 1778 nous livre des indications sur leur niveau d'affaires. Ce texte expose l'opposition des principaux négociants à l'arrêt du Conseil du 20 juin 1777 qui maintient le supplément de 4 s. pour liv. sur le montant des octrois³⁹⁹. Ils font savoir au Corps de ville « qu'il paraît nécessairement, si les deux droits créés par les arrêts étaient prorogés, leur produit est de plus de 20.000 écus cours de Lorraine, et les suppliants mettent en fait que de 250 marchands qui composent le corps (de Nancy), 25 d'entre eux qui font le commerce en gros et d'exportation, acquittent près des deux tiers du canon, ce qui se porte à 50 louis ou à peu près pour chacun d'eux. »

³⁹⁸ Parmi ces maisons, on compte les commerçants Baillot, Bénit, Coster et Villiez, Crédo, Cressant et Vallet, Gérard, Goussel, Henriot et Bertier, Huyn, Laussel et Jeandel, Lombard, Monnier, Procquet et Vallet, Rey.

³⁹⁹ CC 798 : Décrets et arrêtés portant prorogation des anciens octrois concédés à la Ville. 1759/1785

Faisons le calcul, en nous fiant aux données des marchands⁴⁰⁰. Cinquante louis font 1.550 liv. l., ce qui correspond à des entrées en marchandises de 150.000 liv. l. en moyenne par marchand-magasinier et par an. Bien que de moitié plus élevés que dans les années 1720, les niveaux d'affaires suggérés par la pétition sont du même ordre de grandeur : pris individuellement, les grossistes ne sont donc sans doute pas beaucoup plus puissants qu'un demi-siècle auparavant. L'effectif du groupe s'est toutefois probablement accru, passant d'une quinzaine à 25 – signe de l'essor commercial certain qu'a connu la Lorraine entre temps.

Quelques points de comparaison

Dans l'ensemble, les marchands-magasiniers lorrains brassaient au XVIIIe siècle des volumes d'affaires annuels moyens de 100 à 150.000 liv. l. Il n'est pas aisé de procéder à une comparaison termes à termes avec d'autres espaces, les données dont nous disposons pour d'autres places consistant généralement en montant des actifs et des passifs tirés de bilans de faillite ou d'inventaires après décès. Il est pourtant possible de le faire, en partant des bilans de faillite déposés par les marchands-magasiniers au greffe de la Juridiction Consulaire pour la période 1740-1755. Le tableau suivant relève le montant des actifs et des passifs de chacun d'eux, convertis en liv. t.

Dettes passives des marchands-magasiniers (1740-1755) en liv. t.	Créances hypothécaires	Créances chirographaires
Bourotte (Lunéville)	38 838,90	274 131,43
Claudé (Nancy)	13 238,78	38 753,93
Courtois 1 (Nancy)		112 614,62
Courtois 1754 (Nancy)		66 602,90
Deschamps		35 295,20
Gérard	30 967,90	64 288,51
Gérard et Toustain	56 372,57	168 221,24
Henry (Nancy)	14 864,59	130 846,51
Knops (Nancy)		167 490,13
Mazerand		113 801,16
Muet		19 096,12

Ces chiffres sont comparables à ceux qu'avance Maurice Garden pour les marchands lyonnais, dont les actifs moyens dans les années 1760 atteignaient 184.000 liv. t. et les passifs moyens 172.000 liv. t. L'auteur ne précise malheureusement pas les différents paliers de fortunes des 29 commerçants qu'il étudie : tout au plus peut-on dire qu'aucun de nos marchands, qui appartenaient pourtant à l'élite commerçante de la Lorraine, ne se hissait au niveau des principaux négociants de Lyon, dont l'actif et le passif dépassaient les 500.000 liv. t.⁴⁰¹. Les ordres de grandeur pour Lyon s'apparentent ceux de l'élite des négociants engagés

⁴⁰⁰ Elles sont plausibles, étant notamment corroborées par plusieurs textes de la polémique douanière des années 1760 et 1770.

⁴⁰¹ GARDEN, « Aires du commerce lyonnais », pp. 277-278.

dans le commerce atlantique. Chez les négociants les plus puissants, l'actif moyen – généralement du même ordre de grandeur que le passif – était vers 1750 de l'ordre de 300.000 liv. t. à Nantes et de 450.000 liv. t. à Bordeaux⁴⁰². A Saint-Malo, dès 1710, plus du tiers des 124 principaux négociants avait une fortune supérieure à 200.000 liv. t. et 11 avaient une fortune supérieure à 600.000 liv. t.⁴⁰³ Avec des actifs et des passifs moyens de 100 à 150.000 liv. t., les grossistes lorrains étaient ainsi dans l'ensemble deux à trois fois moins riches que les grands marchands des principales places de commerce du Royaume. Leur niveau d'affaires s'apparentait plutôt aux plus modestes des négociants marseillais, que Charles Carrière fait apparaître au seuil de 100.000 liv. t.⁴⁰⁴

Sans grande surprise, les niveaux d'affaires des marchands-magasiniers étaient plutôt comparables à ceux des grands marchands actifs sur les places commerciales secondaires du Royaume de France. Même si quelques-uns de leurs commerçants étaient des opérateurs très puissants de même envergure que les grands négociants engagés dans le grand commerce maritime, les activités de l'élite marchande de ces localités étaient sensiblement moins étendues. Les sept plus gros marchands à déposer leur bilan à la justice consulaire d'Angers en 1771 ont des dettes chirographaires supérieures à 100.000 liv. t. – dont cinq pour des montants de plus de 200.000 liv. t. et un, un manufacturier, de plus de 600.000 liv. t.⁴⁰⁵ Les ordres de grandeur sont similaires à Toulouse pour la fin du XVIIIe siècle. Les principaux marchands et négociants de la ville, environ 300 sur 2.000, étaient inscrits au « Grand Tableau de la Bourse ». Entre 1778 et 1788, 22 de ces commerçants ont fait faillite : les six plus puissants d'entre eux devaient plus de 100.000 liv. t. en créances cédulaires, dont trois plus de 200.000 liv. t. et un plus de 400.000 liv. t.⁴⁰⁶ Les niveaux d'affaires des marchands-magasiniers n'avaient en somme rien d'exceptionnel, et correspondaient à la norme des bons négociants des grosses villes « d'Ancien Régime » du Royaume de France.

2.2. Une spécialisation sur les produits éprouvés : les activités des marchands-magasiniers

La fonction d'intermédiation marchande consiste à sélectionner les marchandises, et donc à constituer une gamme de produits assez variée pour plaire au public visé et s'écouler rapidement et à bon prix. Elle suppose d'effectuer des arbitrages entre qualité et prix. Dans le cas lorrain, le rôle d'intermédiaires entre la Lorraine et les espaces environnants était principalement exercé par les marchands-magasiniers, fournisseurs importants pour les détaillants de toute envergure⁴⁰⁷. L'étude globale des marchandises à laquelle nous avons procédé plus haut visait à déterminer le niveau de renouvellement des marchandises dans la province et à servir de préalable à l'étude des fonds des grossistes. L'étude des stocks des marchands-magasiniers est intéressante, car elle fait apparaître, pour chaque grande catégorie de produits, les marchandises les plus consommées dans la province.

⁴⁰² Pour Nantes, les chiffres sont tirés d'Olivier PETRE-GRENOUILLEAU, *L'argent de la traite. Milieu négrier, capitalisme et développement : un modèle*, Paris, Aubier, 1996, p. 74 ; pour Bordeaux, nous avons utilisé : Paul BUTEL, *Les négociants bordelais, l'Europe et les Îles au XVIIIe siècle*, Paris, Aubier, 1996, pp. 281-283.

⁴⁰³ André LESPAGNOL, *Messieurs de Saint-Malo : une élite négociante au temps de Louis XIV*, Saint-Malo, Editions de l'Ancre de Marine, 1991, pp. 718-719.

⁴⁰⁴ Pour Marseille, les chiffres sont ceux de : CARRIERE, *Négociants marseillais*, tome 1, pp. 266-269.

⁴⁰⁵ Serge CHASSAGNE, « Faillies en Anjou au XVIIIe siècle. Contribution à l'histoire économique d'une province », in *Annales ESC*, 25-2, 1970, pp. 477-497 (les chiffres en question sont à la p. 486).

⁴⁰⁶ G. MARINIERE, « Les marchands d'étoffes de Toulouse à la fin du XVIIIe siècle », in *Annales du Midi*, 70, 43, 1958, pp. 251-308 (les chiffres sont à la p. 283).

⁴⁰⁷ Ce point est développé dans le prochain chapitre.

2.2.1. Les marchands-magasiniers, des commerçants spécialisés

L'étude de la composition des stocks des marchands-magasiniers fait ressortir trois grands profils d'activité selon la nature et le degré de leur spécialisation⁴⁰⁸. Le premier rassemble les spécialistes du commerce des étoffes, chez qui ces produits étaient largement prédominants. Ils se distinguaient de marchands à la spécialisation nettement moins marquée, chez qui les tissus étaient faiblement représentés – ces commerçants peuvent être qualifiés de grossistes généralistes. Entre ces deux pôles se retrouvaient des marchands spécialisés dans deux ou trois grandes catégories de produits connexes : les étoffes et les accessoires de parure, ou encore l'épicerie et les matières premières.

Ventilation des marchandises dans les stocks des marchands-magasiniers (1)	Briey (Nancy)	Broche (Lunéville)	Claudel (Nancy)	Courtois (Nancy)	Deschamps (Lunéville)	Gérard et Toustain (Nancy)	Henrion 1783 (Nancy)
Etoffes	20,4	32,8	89,8	45,9	83,0	56,9	0,0
Accessoires de parure	20,7	57,4	9,7	37,8	14,8	27,2	3,2
Mercerie	9,6	3,0	0,0	6,0	0,1	7,3	1,4
Epicerie et droguerie	36,9	1,5	0,0	6,0	0,0	3,8	46,3
Equipement des intérieurs	3,7	2,1	0,0	0,2	0,0	0,7	0,0
Matières premières	8,2	2,4	0,1	3,9	2,0	3,2	46,2
Librairie et papeterie	0,6	0,9	0,4	0,1	0,0	0,8	1,5
Accessoires de boutique	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	1,5
Montant des stocks en liv. l.	14042,6	6364,2	25122,13	19455,91	19170,64	30976,91	27308,80

⁴⁰⁸ Vu le petit nombre de commerçants de notre échantillon (14) et le grand nombre de facteurs à intégrer à l'analyse (dix catégories), il ne nous a pas semblé pertinent de recourir à une analyse factorielle pour traiter les données.

Ventilation des marchandises dans les stocks des marchands-magasiniers (2)	Henry (Nancy)	Knops (Lunéville)	Mazerand (Nancy)	Muet (Lunéville)	Salle 1782 (Mirecourt)	Vétier (Nancy)
Etoffes	92,2	93,5	93,1	23,4	15,4	92,3
Accessoires de parure	6,1	5,7	5,1	40,1	26,4	4,4
Mercurie	0,0	0,0	0,0	18,5	44,7	0,0
Epicerie et droguerie	1,3	0,0	0,0	5,9	0,9	3,1
Equipement des intérieurs	0,0	0,7	1,2	1,4	1,8	0,0
Matières premières	0,1	0,0	0,6	8,3	10,9	0,0
Librairie et papeterie	0,3	0,0	0,0	2,4	0,0	0,2
Accessoires de boutique	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Montant des stocks en liv. l.	97159,72	39393,63	32739,61	10717,50	3676,20	12889,06

La première catégorie, comptant six marchands sur les 13 de notre échantillon, regroupe les grossistes en étoffes : Claudel, Deschamps, Henry, Knops, Mazerand et Vétier. Leur niveau de spécialisation est très élevé puisque ces marchandises représentaient en valeur au moins 80 %, et même souvent plus de 90 %, de leurs stocks. On est ici dans le cas d'une spécialisation absolue. La structure de leurs stocks se distingue très nettement de celle d'autres grossistes chez qui les étoffes étaient faiblement représentées, et la gamme de marchandises proposées plus diversifiée. Ils sont dans notre relevé au nombre de trois : Briey, Muet et Salle. Comme ils connaissent tous une spécialisation partielle, une catégorie emportant chez chacun d'eux en valeur près de 40 % des stocks – l'épicerie chez Briey, les accessoires de parure chez Muet et la mercerie chez Salle – on peut dans leur cas parler de grossistes semi-généralistes. Une troisième catégorie rassemble des commerçants spécialisés dans deux ou trois grands types de catégories connexes, dont l'ensemble forme près de 90 % des stocks en valeur. Il peut s'agir de commerçants en étoffes et accessoires de vêtement comme Broche, Courtois ou encore Gérard et Toustain, mais aussi d'épiceries et de matières premières comme chez Henrion. Jean Chausson, dont nous avons déjà présenté les activités, se rattache donc à cette dernière catégorie.

Bon nombre de grossistes étaient donc spécialisés dans deux ou trois grands types de produits : même les marchands les plus généralistes connaissaient une spécialisation partielle, une catégorie de produits étant nettement surreprésentée dans leurs affaires. Etant donnée l'énorme diversité des marchandises disponibles, toutes catégories confondues, cela permettait aux marchands-magasiniers de proposer une gamme très large de produits sur un segment particulier de marché, et donc de gagner en attractivité auprès des détaillants. Ces observations rejoignent celles de Pierre Jeannin, qui rappelait que loin d'être polyvalents, les grands marchands et négociants étaient en fait des commerçants spécialisés⁴⁰⁹. La conséquence pratique de cette segmentation de l'offre chez les grossistes était que les détaillants devaient s'adresser à plusieurs d'entre eux pour composer leurs assortiments.

⁴⁰⁹ Pierre JEANNIN, « Distinction des compétences et niveaux de qualification : les savoirs négociants dans l'Europe moderne », in Franco ANGIOLINI et Daniel ROCHE (dir.), *Cultures et formations négociantes dans l'Europe moderne*, Paris, Editions de l'EHESS, 1995, pp. 363-397 (en particulier pp. 363-375).

De fait, les achats des boutiquiers sont nettement différenciés selon les marchands-magasiniers chez qui ils se fournissaient, comme l'illustrent les achats de Dominique Jeandel de Raon-l'Etape entre janvier 1740 et décembre 1743⁴¹⁰.

Ventilation des achats de D. Jeandel chez les marchands-magasiniers par catégorie de produits en % (1740-1743)	Etoffes	Accessoires de parure	Mercerie	Épicerie et droguerie	Équipement des intérieurs	Matières premières	Librairie et papeterie	Achats totaux (en liv. l.)
André (Lunéville)	4,6	46,5	27,5	12,9	1,6	6,4	0,5	3580,00
Bertiez et Cie (Nancy)	3,6	0,0	0,0	91,1	0,0	5,3	0,0	5542,84
Beugny (Nancy)	97,3	2,0	0,0	0,0	0,6	0,1	0,0	6649,59
Chailly et Fériot (Nancy)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1253,00
Clément (Nancy)	72,9	12,2	0,0	14,7	0,0	0,2	0,0	3479,94
Collin (Epinal)	0,0	40,8	0,0	17,0	0,0	42,2	0,0	303,60
Courtois (Nancy)	0,0	55,9	26,0	11,6	0,0	4,4	2,0	177,53
Febvrel (Epinal)	1,8	12,9	17,1	60,8	0,9	1,2	5,3	684,99
Gaillot (Saint-Dié)	86,0	3,9	2,2	5,6	0,1	2,0	0,1	5526,19
Gentillâtre (Nancy)	90,2	9,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	289,74
Gérard et Toustain (Nancy)	59,9	20,5	7,0	7,6	0,9	3,4	0,6	3803,75
Huyn (Epinal)	29,2	29,3	2,4	24,8	7,6	4,9	1,8	1626,67
Huyn (Nancy)	72,9	4,2	6,7	12,6	0,0	3,6	0,0	2270,40
Laussel et Cie (Nancy)	97,6	2,3	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	15492,59
Phulpin (Saint-Dié)	3,6	20,8	9,0	30,4	1,2	33,9	1,2	722,09
Thomas et Bloucatte (Nancy)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1855,17
Vallet (Nancy)	92,9	0,6	0,0	2,6	3,6	0,3	0,0	9396,00
Vanersel (Lunéville)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	599,24
Vautrin (Nancy)	0,0	0,6	1,0	96,2	0,0	2,2	0,0	7460,55

Chez la plupart des marchands-magasiniers, les détaillants achètent des produits de plusieurs types – ce que Jeandel fait chez Gérard et Toustain de Nancy ou André de Lunéville : cela illustre la diversité des stocks observée plus haut. Reflet cependant de stratégies commerciales et de positionnements de marché spécifiques, la ventilation des achats chez les grossistes est très déséquilibrée entre les catégories de produits. Les trois grandes orientations dégagées plus haut se retrouvent ici : marchands chez qui prédominent les achats en étoffes et accessoires de vêtement – Beugny, Chailly et Fériot, Clément, Gaillot, Gentillâtre, Gérard et Toustain, Huyn de Nancy, Laussel et Jeandel, Thomas et Bloucatte, Vallet, Vanersel -, vendeurs d'épicerie et de matières premières – Bertiez et Cie, Febvrel, Phulpin, Vautrin -, commerçants semi-généralistes, vendant d'un peu de tout y compris éventuellement quelques étoffes – André, Collin, Courtois, Huyn d'Epinal. André et Courtois, en particulier, connaissent toutefois une spécialisation partielle en mercerie et accessoires de vêtement. Seuls Collin et Huyn d'Epinal présentent un profil de commerçants généralistes.

⁴¹⁰ Les observations seraient parfaitement similaires si l'on était parti des commandes de Pierre Claux de Vrécourt (1729-1735).

L'originalité des grossistes était que leurs spécialisations n'étaient pas absolues. Comment se fait-il par exemple que la maison Gérard et Toustain ne se contente pas d'écouler des étoffes et des accessoires de vêtement, mais offre également des produits d'épicerie et de la papeterie – dont Jeandel ne manque d'ailleurs pas de se pourvoir ? Cela relève sans doute d'une stratégie commerciale des marchands-magasiniers destinée à attirer les détaillants chez eux par la diversité des services qu'ils pouvaient leur rendre. Dans le cas présent, les boutiquiers avaient la possibilité de réaliser de menus achats de complément en épicerie chez Gérard et Toustain sans avoir à s'adresser à un grossiste spécialisé : ainsi, au lieu de passer une commande particulière à un marchand en épicerie pour seulement quelques livres de sucre, les détaillants pouvaient leur demander de joindre ce petit objet à leur envoi. Cela les dispensait de tractations avec des marchands en épicerie, et leur permettait en définitive de gagner en commodité – et tout particulièrement, de gagner sur les frais d'expédition. Ainsi, la présence dans les stocks des grossistes de marchandises éloignées de leur cœur de spécialisation leur permettait de répondre au mieux aux besoins des détaillants : ces marchandises faisaient alors fonction de produits d'appel. Pour des commandes plus grosses et plus diversifiées en épicerie toutefois, les détaillants avaient évidemment intérêt à s'adresser aux commerçants spécialisés.

2.2.2. Une concentration sur les marchandises de qualité moyenne

L'analyse des étoffes vendues par les marchands-magasiniers laisse entrevoir leurs stratégies commerciales et leurs modes de positionnement sur les marchés de produits. S'ils proposaient à peu près tous les types d'étoffes, les grossistes tâchaient en fait de se spécialiser dans un ou deux types de tissus. Chez Claudel et Deschamps, il s'agissait ainsi des produits de bonne qualité – notamment les draps « du Nord » ou de Verviers. Henry et Knops proposaient quant à eux une large gamme d'indiennes. Mazerand et la maison Gérard et Toustain étaient tournés vers les étoffes de laine communes, notamment les droguets, les flanelles et les calamandres. Courtois et Vétier pour leur part proposaient nettement plus de petits lainages, comme les cadis du Languedoc, que leurs confrères. Tous les fonds de magasins présentaient donc un profil d'activité un peu différent : les grossistes recherchaient vraisemblablement une « niche » leur permettant de se mettre partiellement à l'abri de la concurrence. De plus, cette spécialisation partielle faisait sans doute là aussi fonction de produit d'appel, et les aidait à placer le reste de leurs marchandises⁴¹¹.

⁴¹¹ L'analyse des achats de Dominique Jeandel chez les marchands-magasiniers spécialisés dans les étoffes entre 1740 et 1743 tend à confirmer l'existence de ces spécialisations des commerçants par catégories des produits. Gérard et Toustain sont pour lui de grands fournisseurs d'indiennes – produits de fait fortement représentés chez eux -, tout comme Clément ou Chailly et Fériot. Laussel et Cie, Thomas et Bloucette, Gaillot, Huyn ou encore Vallet lui vendent quant à eux surtout des lainages. Beugny le fournit principalement en soieries et en étoffes mêlées.

Ventilation des types d'étoffes chez les marchands-magasiniers (en %)	Claudel	Courtois	Deschamps	Gérard et Toustain	Henry	Knops	Mazerand	Vétier
Etoffes de luxe	19,9	0,0	6,1	0,0	1,4	4,4	2,3	0,0
Belles étoffes	23,0	9,0	17,6	17,1	5,1	10,6	14,6	11,3
Etoffes de laine communes	26,3	28,4	31,3	39,9	18,8	18,0	40,1	28,0
Petites étoffes de laine	10,3	21,7	8,5	11,3	10,0	6,5	6,6	24,9
Etoffes mêlées	7,6	10,0	9,2	2,2	6,2	7,3	8,6	15,0
Indiennes	0,0	9,1	17,1	21,1	44,5	30,0	11,1	12,4
Autres cotonnades	2,5	1,2	3,1	4,1	2,5	4,4	2,9	0,0
Etoffes de lin et de chanvre	0,4	4,7	1,1	0,4	0,4	0,8	0,4	0,0
Toiles	4,2	15,1	4,6	3,7	6,4	15,7	3,9	0,0
Etoffes non identifiées	5,6	0,8	1,5	0,0	4,7	2,4	9,5	8,3
Valeur totale des étoffes (en liv. l.)	22564,58	8943,45	15903,19	17628,78	89532,95	36846,39	30477,31	11892,46

La comparaison de leurs stocks avec ceux de quelques détaillants de grande envergure permet de préciser la nature du rôle économique que jouaient les grossistes dans la province. Dans le cas des étoffes, il apparaît qu'ils se concentraient sur un nombre assez restreint de produits. On ne retrouve en effet dans leurs inventaires que 138 variétés d'étoffes différentes, contre 445 dans l'ensemble de l'échantillon des années 1740-1755 : 69 % des étoffes n'étaient donc disponibles que chez les marchands détaillants – ceux du moins qui étaient capables de d'approvisionner à l'extérieur. Les grossistes semblaient en particulier négliger les produits de qualité supérieure, et concentrer leurs activités sur les marchandises de gamme moyenne ou médiocre et de prix modéré - lainages et indiennes essentiellement.

Ventilation des types d'étoffes chez des marchands détaillants (en %)	Brion	Court	Duparge	Herrier	Mathis	Mayer	Parent	Rupied	Wathié
Etoffes de luxe	2,2	10,4	14,1	0,0	11,6	0,0	16,8	13,5	8,7
Belles étoffes	20,1	25,1	30,3	1,3	15,1	0,8	16,3	7,0	12,3
Etoffes de laine communes	18,8	14,1	30,7	7,8	23,4	8,9	19,6	13,4	36,9
Petites étoffes de laine	10,5	14,6	2,7	0,0	6,3	0,0	8,0	0,8	3,7
Etoffes mêlées	13,7	12,8	11,2	2,9	16,4	5,5	7,3	8,2	14,6
Indiennes	21,8	12,0	1,1	19,9	12,6	71,3	20,1	30,4	0,0
Autres cotonnades	1,4	1,0	0,6	16,7	2,9	6,3	1,4	1,5	0,0
Etoffes de lin et de chanvre	0,6	1,3	0,7	0,5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2
Toiles	5,5	2,6	1,4	50,8	5,2	3,1	4,7	12,7	0,0
Etoffes non identifiées	5,3	6,1	7,2	0,2	6,6	4,2	5,9	12,5	23,6
Valeur totale des étoffes (en liv. l.)	16303,30	39580,48	17498,96	2957,96	12824,36	12522,52	19827,60	20075,65	3785,98

Remarquons d'abord qu'à l'instar des marchands-magasiniers, les détaillants en étoffes se spécialisaient fréquemment sur tel ou tel type de produits. Si Brion, Parent et Mathis avaient tous trois des fonds de boutique relativement généralistes, Court et Duparge proposaient beaucoup de tissus de qualité supérieure et Wathié des étoffes de laine communes. La Veuve Herrier était tournée vers le commerce des toiles, Rupied vers celui des étoffes « de mode » et des cotonnades, quand Mayer vendait principalement des indiennes. Il n'est pas totalement surprenant que les marchands les plus spécialisés de l'échantillon soient installés à Nancy (Duparge, Herrier, Mayer, Wathié) et Lunéville (Court et Rupied), villes où le nombre de commerçants était important : là encore, la spécialisation est vraisemblablement la recherche d'un créneau protégeant de la concurrence. Réciproquement, il est significatif que les commerçants les moins nettement spécialisés soient installés dans des localités de taille plus modeste - Brion à Pont-à-Mousson, Parent à Dieuze et Mathis à Epinal.

La comparaison des stocks des grossistes et des détaillants fait apparaître chez les uns comme chez les autres le poids des étoffes de laine communes et des petits lainages : représentant autour de 30 % des stocks, ces produits étaient de toute évidence de consommation massive. Les quantités écoulées devaient d'ailleurs être d'autant plus importantes que le prix de ces marchandises était relativement bas. Ces produits devaient cependant subir la concurrence des indiennes, qui chez les grossistes et les détaillants

représentaient environ 15 % des stocks : comme il est difficile d'imputer ces quantités importantes à la seule contrebande, il faut conclure au grand succès de ces marchandises dans la population – d'autant qu'une fois encore ces produits étaient assez bon marché.

Les différences entre le contenu des stocks des uns et des autres étaient toutefois notables. Les marchands-magasiniers voyaient en particulier les bonnes et très bonnes étoffes de laine nettement sous-représentées par rapport aux boutiques des détaillants. De la même manière, les étoffes non identifiées – soumises comme on l'a vu à des effets de mode et des rythmes de renouvellement rapides - étaient très présentes chez les détaillants, chez qui elles pesaient presque 10 % des stocks. En somme, les marchands-magasiniers étaient plutôt spécialisés dans les marchandises de qualité intermédiaire les plus stables – c'est-à-dire les moins soumises aux phénomènes de mode. Comment expliquer un tel positionnement commercial ? Les étoffes de qualité supérieure pouvaient en fait être importées directement par les détaillants qui les écoulaient : leur haut prix permettait aux détaillants de gagner sur les voitures, et il était sans doute important dans leur cas de savoir très précisément ce que l'on commandait – plutôt que de s'en remettre au coup d'œil d'un ou plusieurs intermédiaires. Les détaillants avaient donc sans doute un recours différencié à leurs fournisseurs, se tournant vers les grossistes pour les produits de qualité moyenne et médiocre, et préférant les achats à l'extérieur pour les produits les plus luxueux.

Importateurs et fournisseurs de produits diversifiés aux détaillants de la province, les marchands-magasiniers étaient généralement spécialisés dans une ou deux grandes catégories de marchandises. Chacun des magasins pouvait ainsi proposer sur son créneau particulier une gamme de marchandises assez variée. Les activités des marchands étant très différenciées entre elles du fait de leur positionnement singulier sur les marchés de produits, la concurrence entre eux était limitée : chacun était de fait installé sur une niche commerciale. Les marchandises proposées en magasin étaient généralement de qualité moyenne ou médiocre : pour les produits de qualité supérieure, les détaillants préféraient passer leurs commandes eux-mêmes auprès de marchands extérieurs à la province. Il en allait de même pour les produits les plus à la mode : dans le cas des étoffes en particulier, la contribution des grossistes à l'introduction de la nouveauté ou des dernières tendances était moindre que celle des gros détaillants importateurs.

2.2.3. Stabilité et renouvellement des produits

Le XVIII^e siècle est comme on l'a vu marqué par la grande diversité des marchandises disponibles ainsi que par le renouvellement profond et rapide des produits proposés aux consommateurs. Si ces tendances se retrouvent chez les marchands-magasiniers, ceux-ci sont plutôt enclins à vendre des produits stables et éprouvés : ce sont donc surtout les détaillants importateurs, à grande envergure d'affaires, qui contribuent à la diversification de l'offre disponible dans la province.

Les produits les plus stables prédominent chez les marchands-magasiniers

Pour les années 1740-1755, sur 445 types d'étoffes disponibles dans les boutiques et magasins, seuls 25,8 % sont des produits stables - c'est-à-dire que l'on retrouve sur tout le siècle. Près des trois quarts des variétés de tissus représentées pendant cette césure disparaissent par la suite ou bien ne font qu'une apparition fugace. Dans ce « monde des biens » en renouvellement constant, les marchands-magasiniers se distinguent par la structure de leur offre : non seulement ils ne proposent qu'un nombre relativement limité de produits –

138 contre 445 en tout -, mais en plus la part des produits stables, 38 %, est sensiblement plus élevée que chez les marchands pris dans leur ensemble.

Répartition des produits stables chez les marchands-magasiniers (Années 1740-1755)	Nombre total des produits représentés	Nombre de produits stables sur le siècle représentés dans les stocks	Nombre de produits apparus ou disparaissant par la suite	Proportion des produits stables
Etoffes de luxe	4	3	1	0,75
Belles étoffes	19	5	14	0,26
Etoffes de laine communes	37	16	21	0,43
Petites étoffes de laine	13	7	6	0,54
Etoffes mêlées	12	6	6	0,50
Indiennes	17	4	13	0,24
Autres cotonnades	7	2	5	0,29
Etoffes de lin et de chanvre	2	2	0	1,00
Toiles	11	4	7	0,36
Etoffes non identifiées	16	3	13	0,19
Ensemble	138	52	86	0,38

Une telle approche par les dénominations tend à surévaluer le poids des produits non-stables dans l'ensemble de l'offre : ces biens étaient en général représentés en faible quantité dans les stocks, à la différence de biens des marchandises plus éprouvées. C'est ainsi qu'en valeur les étoffes les plus stables représentaient environ les deux tiers des stocks des marchands-magasiniers.

Part en valeur des étoffes stables chez les marchands-magasiniers (en %)	Claudel	Deschamps	Gérard et Toustain	Henry	Knops	Mazerand	Vétier
Etoffes de luxe	69,0	97,1		100,0	65,5	100,0	
Belles étoffes	57,3	54,7	92,7	94,5	25,4	89,4	81,5
Etoffes de laine communes	62,3	81,2	99,0	65,8	84,2	70,1	55,6
Petites étoffes de laine	82,7	79,4	100,0	78,6	73,8	74,2	100,0
Etoffes mêlées	87,8	93,1	100,0	76,8	90,7	59,1	100,0
Indiennes		69,6	76,7	40,2	53,8	80,3	72,0
Autres cotonnades	36,4	51,3	100,0	86,6	67,6	40,9	
Etoffes de lin et de chanvre	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toiles	10,5	76,2	15,9	55,5	64,6	42,4	
Etoffes non identifiées	9,1	60,6		0,0	43,8	27,0	0,0
Valeur totale des étoffes (en liv. l.)	22565,58	15903,20	17628,75	89532,95	36846,39	30477,31	12970,28
Valeur totale des étoffes stables (en liv. l.)	13725,51	11960,17	15916,10	49444,69	23292,69	20774,67	9557,56
Part des étoffes stables (en %)	60,8	75,2	90,2	55,2	63,2	68,2	73,7

Les marchands-magasiniers vendaient ainsi principalement des produits stables, tout en proposant des marchandises nouvelles en quantités non-négligeables. Le caractère éprouvé des marchandises proposées était en particulier très fort pour les lainages de qualité moyenne et médiocre et pour les étoffes mêlées, qui comptaient comme on l'a vu parmi les produits de large diffusion dans la province : chez tous les marchands-magasiniers, la part des produits stables était pour cette catégorie supérieure à la moyenne. C'était par contre nettement moins vrai pour les indiennes, étoffes soumises à un renouvellement important, pour les toiles et pour les étoffes non-identifiées. Ces marchandises jouaient en un sens le rôle de produits d'appel, qui permettaient aux grossistes de se différencier les uns des autres, et d'attirer les détaillants par la diversité de leurs stocks. Rien qu'à Nancy en effet, on comptait selon les relevés des années 1740 et 1750 une cinquantaine de gros marchands – marchands-magasiniers ou bons détaillants faisant plus ou moins occasionnellement fonction de grossiste. Même si les commerçants se spécialisaient dans un certain nombre de produits pour minimiser la concurrence, celle-ci était encore bien réelle vu le nombre de marchands sur la place. Dans une telle situation, il pouvait être utile de se distinguer en proposant en exclusivité quelques marchandises de la dernière mode.

L'innovation de produits est surtout portée par les détaillants

La contribution des marchands-magasiniers au renouvellement de l'offre de marchandises dans la province n'était en tout cas pas considérable si on la compare à celle des plus importants des détaillants. Dans les inventaires de boutiques de notre échantillon, on retrouve 412 variétés d'étoffes, dont seulement 25,5 % sont des produits stables. La contribution des boutiques au renouvellement de l'offre dans la province est ainsi sensiblement plus prononcée que celle des magasins.

Répartition des produits stables chez les marchands-détaillants (Années 1740-1755)	Nombre total des produits représentés	Nombre de produits stables sur le siècle représentés dans les stocks	Nombre de produits apparus ou disparaissant par la suite	Proportion des produits non stables
Etoffes de luxe	16	5	11	0,69
Belles étoffes	71	15	56	0,79
Etoffes de laine communes	85	23	62	0,73
Petites étoffes de laine	32	9	23	0,72
Etoffes mêlées	46	15	31	0,67
Indiennes	49	6	43	0,88
Autres cotonnades	18	3	15	0,83
Etoffes de lin et de chanvre	9	5	4	0,44
Toiles	37	14	23	0,62
Etoffes non identifiées	49	5	44	0,90
Ensemble	412	100	312	0,76

L'analyse des inventaires des détaillants de grande envergure pour les années 1740 et 1750 indique cependant qu'en valeur environ 60 % de leurs stocks consistaient en marchandises stables, chiffre à peine inférieur à ce que l'on retrouve chez les marchands-magasiniers⁴¹².

⁴¹² Inventaires de faillite d'Alexandre PARENT ; Joseph MATHIS ; François RUPIED ; Philippe COURT ; Jean-François DUPARGE ; Louis MAYER ; Gaspard WATHIE ; Vve HERRIER ; Anselme BRION.

Ventilation des étoffes stables chez les marchands détaillants (en %)	Brion	Court	Duparge	Herrier	Mathis	Mayer	Parent	Rupied	Wathié
Etoffes de luxe	0,0	37,3	83,9		75,6		93,1	57,6	100,0
Belles étoffes	56,0	51,0	48,8	100,0	68,1	55,4	67,6	29,7	32,7
Etoffes de laine communes	95,0	78,0	86,1	100,0	69,9	16,3	74,3	97,5	87,3
Petites étoffes de laine	100,0	91,2	100,0		84,8		61,0	100,0	93,2
Etoffes mêlées	52,7	58,7	78,7	0,0	60,7	100,0	94,1	99,8	83,0
Indiennes	68,3	6,7	100,0	100,0	36,4	39,5	61,3	18,2	
Autres cotonnades	100,0	91,2	64,8	15,8	78,1	84,8	66,7	23,2	
Etoffes de lin et de chanvre	100,0	49,6	100,0	100,0	100,0		100,0		100,0
Toiles	46,1	65,9	43,9	29,7	32,6	100,0	40,2	89,3	
Etoffes non identifiées	7,1	23,3	40,9	0,0	43,3	0,0	38,7	97,3	63,4
Valeur totale des étoffes (en liv. l.)	16303,30	39580,48	17498,96	2957,96	12824,36	12522,52	19827,60	20075,65	3785,98
Valeur totale des étoffes stables (en liv. l.)	10869,50	21368,41	12305,92	1481,94	7958,90	5505,36	13948,60	12303,43	2863,98
Part des étoffes stables (en %)	66,7	54,0	70,3	50,1	62,1	44,0	70,3	61,3	75,6

Comment expliquer ces résultats quelque peu paradoxaux ? Prise individuellement, la boutique d'étoffes proposait, comme les grossistes, une majorité de produits éprouvés. La diversité des produits non stables exposés était cependant très grande entre les boutiques. Sur les 412 types d'étoffes répertoriés dans les années 1740-1755 chez les détaillants, 155 étaient en effet des produits rares, qui ne se retrouvaient que chez un seul marchand : parmi eux, 154 étaient des marchandises non-stables. Ces produits rares représentaient donc à eux seuls la moitié des produits non-stables relevés dans notre échantillon – 154 sur 312.

Ainsi, malgré un fond de marchandises largement commun, les détaillants utilisaient vraisemblablement les produits non-stables et rares comme un moyen de se distinguer les uns des autres. Le nombre de boutiquiers était en effet très important dans les villes, ce qui créait

une situation fortement concurrentielle : rien qu'à Nancy, le nombre de bons marchands, selon les relevés des années 1740, s'élevait à plus d'une centaine. Dans des localités de taille plus modeste comme Mirecourt et ses 4.000 habitants, on trouvait à la même date une quarantaine de boutiquiers merciers ou vendeurs d'étoffes. Comme chez les marchands-magasiniers, outre la spécialisation, l'offre de quelques marchandises exclusives permettait de se distinguer de ses collègues et concurrents. Par là même, ce n'est pas tant individuellement que les boutiquiers contribuaient au renouvellement profond de l'offre disponible, mais collectivement, par la masse des produits différents qui étaient proposés par l'appareil commercial *pris dans son ensemble*.

Bien que proposant des produits stables et de consommation courante, les marchands-magasiniers contribuaient à la diffusion de la nouveauté dans la province. Cela ne passait pas tant par la promotion d'étoffes rares, ce qui était plutôt le domaine des marchands détaillants de solide envergure, que par le souci de proposer chaque année des produits à la dernière mode, en matière de coloris ou de motif. Principaux fournisseurs des marchands détaillants de moyenne ou petite envergure, ils contribuaient de la sorte à diffuser les nouvelles modes en Lorraine, ce qui entretenait sans doute des dynamiques de renouvellement des garde-robes par une partie des consommateurs. Introduceurs de nouvelles marchandises, ils jouaient de cette manière un rôle de conseil auprès des détaillants, les orientant parmi les nouveaux biens et les nouvelles qualités⁴¹³. Les grossistes lorrains cependant ne forgeaient pas la mode : ils ne faisaient que la diffuser dans la province, le renouvellement des produits se faisant en amont, dans les centres de production. Leur prise sur les produits vendus était limitée et ils s'en remettaient largement à leurs fournisseurs pour le choix des marchandises.

3. Information sur les produits et constitution des assortiments

La composition par les commerçants d'une gamme de marchandises attrayante supposait de sélectionner plusieurs produits, et plusieurs qualités pour chaque produit. La tâche était particulièrement difficile, car il importait de se repérer dans un « monde des biens » marqué par la très grande diversité et la très grande individualisation des marchandises : un même type de produit connaissait en effet entre ses variétés des différences qualitatives importantes⁴¹⁴. Comment dès lors connaître les produits et leurs déclinaisons ? Comment s'entendre sur une marchandise lors d'une commande ?⁴¹⁵ L'information sur les marchandises était en fait diffusée par plusieurs canaux, en particulier les correspondances – qui faisaient une large part aux échantillons de produits - ou les renseignements recueillis directement auprès des représentants des maisons de commerce⁴¹⁶.

⁴¹³ Bruno BLONDE et Ilja VAN DAMME, "Retail growth and consumer changes in a declining urban economy: Antwerp (1650-1750)", *Economic History Review*, 63-3, 2010, pp. 638-663 (p. 653).

⁴¹⁴ GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime*, p. 65.

⁴¹⁵ On retrouve ici un des grands problèmes abordés par l'analyse économique des conventions, à savoir l'entente sur la qualité des produits. Les pages qui suivent se nourrissent des réflexions d'A. ORLEAN (dir.), *L'analyse économique des conventions*, Paris, PUF, 2004 (en particulier l'article de François EYMARD-DUVERNAY, « Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens », pp. 331-358).

⁴¹⁶ Sur ces questions, voir en particulier : Alessandro STANZIANI, « Information, institutions et temporalités. Quelques remarques critiques sur l'usage de la nouvelle économie de l'information en histoire », *Revue de Synthèse*, 4^e série, 2000, 1-2, pp. 117-155. Pour des études concrètes des questions d'information économique dans les milieux marchands à l'époque moderne, voir : Pierre JEANNIN, « La diffusion de l'information », in Simonetta CAVACCIOCCHI (éd.), *Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII*, Florence, Le Monnier, 2001, pp. 231-262 ; Dominique MARGAIRAZ et Philippe MINARD (dir.), *L'information économique XVIe-XIXe siècle*, Paris, CHEFF, 2008. Dans ce dernier volume, voir en particulier, Dominique

Les normes de production des marchandises n'empêchaient pas l'incertitude quant à leur qualité, de même que le choix d'une marchandise à partir d'une carte d'échantillon ne donnait qu'une idée imparfaite du produit fini : dans un cas comme dans l'autre, le coup d'œil du commerçant était indispensable pour sélectionner la marchandise. Les marchands lorrains, comme tous les commerçants situés en aval des chaînes de distribution, se trouvaient ainsi dans une situation de dépendance vis-à-vis de leurs fournisseurs, dont ils étaient tributaires pour le choix des produits, mais aussi pour le niveau du prix et pour les conditions d'expédition de la commande⁴¹⁷.

3.1. Comment connaître les produits ?

L'entente sur les produits était plus ou moins aisée, selon que les marchandises étaient ou non soumises à des dynamiques de renouvellement importantes. Pour un certain nombre de produits stables, l'incertitude sur les qualités était limitée par l'existence de conventions – qu'elles prennent la forme de règlements de manufactures ou de nomenclatures progressivement formées par la pratique marchande. L'incertitude n'était cependant pas totalement annihilée, les variations de qualité pouvant être importantes : le coup d'œil du marchand restait ainsi indispensable pour sélectionner les biens.

3.1.1. Le cas des produits « réglés »

La diversité des productions était tempérée en France par l'existence de règlements de manufactures, qui imposaient des normes de production et garantissaient de cette manière la stabilité des propriétés d'un certain nombre de produits⁴¹⁸. La fixation de normes de production des biens induit en effet un certain nombre de propriétés stables et un niveau minimal de qualité pour les marchandises, fixant ainsi un horizon d'attente aux consommateurs⁴¹⁹. En dehors de France, ces normes productives étaient fréquemment fixées par les corps de métiers eux-mêmes, qui veillaient ainsi tant à la qualité du produit qu'à la réputation de la place⁴²⁰.

MARGAIRAZ, « Economie et information à l'époque moderne », pp. 3-16 et Jacques BOTTIN, « Information commerciale et prise de décision au début de l'époque moderne : le marché hispano-américain, Rouen et l'Europe du Nord-ouest (1580-1640) », pp. 37-61.

⁴¹⁷ Ces difficultés de coordination entre les acteurs du commerce sont notamment bien mises en évidence par les ouvrages de Cathy MATSON (*Merchants and Empire : Trading in Colonial New York*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1998), Thomas DOERFLINGER (*A Vigorous Spirit of Enterprise: Merchants and Economic Development in Revolutionary Philadelphia*, Londres/Williamsburg (VA), Chapel Hill/University of North Carolina Press, 1986), ou encore Jacob PRICE (*Overseas Trade and Traders: Essays on Some Commercial, Financial and Political Challenges facing British Atlantic Merchants, 1660-1775*, Aldershot, Variorum, 1996).

⁴¹⁸ GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime*

⁴¹⁹ « C'est d'après cette uniformité (des étoffes) que (les négociants et les consommateurs) ont attaché une idée fixe à telle ou telle dénomination d'étoffes. C'est sur cette convention que le négociant et le fabricant reçoivent leurs commissions de leurs correspondants et qu'ils y satisfont. C'est par elle que la marche et les opérations du commerce sont simplifiées. Et sans cette nomenclature infinie d'étoffes dont les règlements renferment proprement les définitions, il ne serait pas possible de s'entendre. C'est enfin d'après ce code simple que telle étoffe est connue, qu'elle est demandée, qu'elle est fabriquée (...) que les plaintes sont autorisées, que ses défauts sont appréciés. Ceux qui demandent la suppression des règlements veulent que le commerce n'ait ni langue ni dictionnaire. » (DESMARETS, inspecteur des manufactures de Champagne, cité par GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime*, p. 68).

⁴²⁰ Pour l'Allemagne, voir par exemple : Christof JEGGLE, „Gewerbliche Produktion und die Regulierung von Märkten: Das Leinengewerbe in Münster/Westfalen in der Frühen Neuzeit“, in *Regulierte Märkte: Zünfte und Kartelle – Marchés régulés: corporations et cartels*, in Margrit MÜLLER, Heinrich R. SCHMIDT et Laurent TISSOT (dir.), Zurich, Société suisse d'histoire économique et sociale, 2011, pp. 91-104 ; pour l'Angleterre, voir Philippe MINARD, « L'inspection des draps du West Riding of Yorkshire, ou le jeu des normes au XVIIIe

La normalisation de la fabrication ne concernait à vrai dire pas seulement les étoffes : les produits manufacturés à la production relativement standardisée comme les épingles ou la coutellerie étaient ainsi soumis à une nomenclature très stricte, qui distinguait différentes caractéristiques – aspect, robustesse ou taille, notamment⁴²¹. On retrouve une classification du même ordre pour la passementerie⁴²². Dans ces derniers cas, il ne s’agissait pas de règlements de manufacture imposés par les autorités, mais plutôt d’arrangements institutionnels issus de la coordination entre les marchands-fabricants et les marchands acheteurs de ces produits⁴²³. Si l’on en croit Pierre Jeannin, ce mouvement de normalisation des produits remonterait au moins au XVIIe siècle : un certain nombre de marchandises de large diffusion connaîtraient en effet dès les années 1640 un double mouvement d’homogénéisation des modèles et de diversification des qualités⁴²⁴. La normalisation était le moyen le plus simple pour les marchands de ne pas s’égayer dans la diversité des biens proposés, et donc de faciliter les échanges⁴²⁵. La qualité des marchandises commandées étant quoi qu’il en soit assez prévisible pour tous ces produits, il n’est pas surprenant que les lettres des marchands lorrains à leurs fournisseurs soient fréquemment très laconiques, les précisions sur la qualité des produits étant superflues⁴²⁶.

A vrai dire, une telle confiance en la qualité des produits attachée à la nomenclature ne se retrouvait que dans les commandes d’objets de petite taille et de faible coût. Pour les étoffes, y compris celles soumises à des règlements de production, les marchands importateurs lorrains recherchaient des informations complémentaires.

3.1.2. L’information sur les marchandises non-stables

Pour stimuler des marchés des biens de consommation constamment menacés d’engorgement, les producteurs ont eu tendance à partir du XVIIe siècle au moins à renouveler fréquemment la gamme des marchandises proposées, en imaginant de nouveaux produits ou en variant les propriétés des marchandises existantes⁴²⁷. L’instauration par Necker en 1779 d’un « régime intermédiaire » dans la production des étoffes a d’ailleurs sans doute permis aux fabricants de démultiplier ces innovations de produit en assouplissant les

siècle », in Gérard BEAUR, Hubert BONIN et Claire LEMERCIER (dir.), *Fraude, contrefaçon et contrebande de l’Antiquité à nos jours*, Genève, Droz, 2007, pp. 621-638.

⁴²¹ Selon Jacques SAVARY des BRUSLONS, « on distingue l’espèce et le prix des épingles par les numéros, qui varient avec la longueur et la grosseur. Tel est l’ordre des numéros : 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 20, 22, 24, 26, 30, 36. » (*Dictionnaire universel du commerce*, Copenhague, 1760, tome 2, article « épingles », p. 348).

⁴²² Toujours selon Jacques SAVARY des BRUSLONS, « la plupart des rubans de soie unis qui se font en France, à la réserve de ceux de Paris, ont de certaines largeurs fixes qui s’expriment et se connaissent pas divers numéros. » (*Ibid.*, tome 4, p. 595). Ces numéros sont les mêmes pour les rubans de laine (*Ibid.*, p. 596).

⁴²³ EYMARD-DUVERNAY, « Coordination des échanges par l’entreprise et qualité des biens », pp. 331-358.

⁴²⁴ JEANNIN, « Distinction des compétences et niveaux de qualification », pp. 363-375.

⁴²⁵ La monarchie et les différentes fermes contribuèrent également à cette normalisation des productions : une certaine stabilité des produits et des qualités disponibles facilite en effet l’assiette et la perception des taxes sur la circulation des marchandises. Voir à cet égard Dominique MARGAIRAZ, « Qualité et fiscalité dans l’économie d’Ancien Régime », in Jakob VÖGLE et Robert SALAIS (dir.), *Qualitätspolitik. Die Qualität der Produkte in historischer Perspektive*, Berlin/Francfort, Campus, à paraître.

⁴²⁶ Ainsi, le 8 mai 1754, le grossiste nancéien Dieudonné NAVIERE se contente de commander à Jean-Baptiste CHRETIEN de Rouen des lots d’épingles « n°3, n°4, n°8, n°9, n°14, n°16, n°17 et n°18 ». Par la même lettre, il demande des « peignes d’ivoire n°6, n°7, n°8, n°9 et n°10. » La simple référence à cette nomenclature était manifestement suffisante pour s’entendre sur les produits – ce qui est le signe de la standardisation avancée des productions de cette branche.

⁴²⁷ Carlo PONI, « Mode et innovation : les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIIIe siècle », *RHMC*, 1998, 45-3, p. 589 à 625.

règlements de manufacture⁴²⁸. Dans le cas des étoffes, un des types de produits les plus concernés par ces dynamiques de renouvellement, le jeu sur les qualités passait par des variations de texture, de finition, de dessin ou de coloris⁴²⁹. Cela imposait aux marchands situés en aval des chaînes de distribution de se tenir informés des dernières tendances auprès de leurs fournisseurs - marchands-fabricants ou négociants des grandes places commerçantes⁴³⁰. A cet égard, et bien qu'étant relativement à l'écart des grandes régions productrices, les marchands importateurs lorrains étaient bien insérés dans les circuits de diffusion de l'information.

La visite aux fournisseurs : foires et tournées des commis

Le moyen le plus simple de s'informer sur les marchandises, bien qu'assez coûteux en temps, en personnel et en frais de transport, était de rendre visite à ses fournisseurs. Encore au XVIIIe siècle, les grandes foires comme celles de Reims, de Troyes, Francfort ou – au début du siècle tout du moins – Lyon remplissaient largement cette fonction pour les marchands lorrains⁴³¹. En plus d'être, comme on l'a vu, un moyen de laisser à la charge du fournisseur une partie des frais d'acheminement, ces grands rendez-vous périodiques offraient aux commerçants la possibilité de voir les produits, de les apprécier et d'en faire eux-mêmes la sélection. Cela explique sans doute en partie leur succès persistant. L'envoi de commis de la maison chez les fournisseurs n'était pas non plus une pratique rare : chez la Veuve Navière, son commis et beau-frère rendait fréquemment visite à ses correspondants alsaciens et suisses⁴³². Claude Gaillot de Saint-Dié envoyait quant à lui ses fils auprès de ses fournisseurs champenois.

Les visites aux fournisseurs, en foire comme au magasin, étaient fréquentes pour s'informer des produits soumis à des renouvellements rapides comme les cotonnades. Les vendeurs d'indiennes étaient en fait souvent des marchands-fabricants, maîtrisant ainsi non tant le processus de tissage des étoffes que la composition des motifs proposés et la finition : selon les qualités choisies par les clients, les pièces étaient données à fabriquer, dans le cadre de relations productives en flux tendus⁴³³. Les commis des maisons de commerce lorraines se

⁴²⁸ GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime* ; MINARD, « Réputation, normes et qualité dans l'industrie textile française au XVIIIe siècle », pp. 69-89.

⁴²⁹ Jean-Claude PERROT, *Genèse d'une ville moderne. Caen au XVIIIe siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1975, pp. 349-357 ; Pierre DEYON, *Etude sur la société urbaine au XVIIe siècle : Amiens, capitale provinciale*, Paris-La Haye, 1967, Mouton, pp. 173-195.

⁴³⁰ Philippe MINARD, "Facing uncertainty : Markets, norms and conventions in the eighteenth century", in Perry GAUCI (dir.), *Regulating the British Economy 1660-1850*, Aldershot, Ashgate, 2011, pp. 177-194 ; Id., "Micro-economics of quality and social construction of the market : disputes among the London leather trades during the eighteenth century", *Historical Social Research-Historische Sozialforschung*, 36-4, 2011, pp. 150-168.

⁴³¹ AD 69, 8 B 1223 : Lettre de COURTOIS de Nancy à SEILHADE de Lyon du 12 novembre 1734 : « Les mauvais temps et les pluies continuelles m'ont empêché d'aller à la foire des Saints, joint que je ne me portais pas des mieux. »

⁴³² Lettre de DOLLFUSS, VETER et Cie de Dornach près de Mulhouse du 3 octobre 1757 à la Veuve NAVIERE de Nancy, qui indiquent « qu'il a plu à M. NAVIERE nous commander à son passage » des padous et « des pièces figurées ». Cette pratique est confirmée par une lettre de HUYN de Nancy à POUPILIER de Briey du 6 juin 1757 : « comme j'attends un bon nombre d'indiennes et calancas de Suisse où mon commis est allé à l'achat, je les attends dans la semaine prochaine. C'est le bon moment pour vous en assortir (...) ». Pour une raison inconnue, cette lettre se trouve dans la liasse de la correspondance passive de la Veuve NAVIERE pour l'année 1757.

⁴³³ AD 69, 8 B 1223, Lettre de MEYSSONNIER de Lunéville à SEILHADE de Lyon du 10 avril 1741 : « J'aurais besoin pour la foire d'août prochain d'environ 1700 aunes de galon conforme aux échantillons ci-joints. Dites-moi au reçu de la présente à combien vous me ferez payer le marc chaque qualité, savoir le galon à jour avec son bord, le galon mousquetaire façonné avec son bord, et le mousquetaire pour chapeau – le tout conforme au dessin des échantillons et bien fabriqué et bien frappé. »

rendaient fréquemment à Mulhouse, voire en Suisse, pour s'informer des nouvelles tendances et passer des commandes, la proximité géographique permettant ce type de relations personnelles étroites.

L'information sur les marchandises en foire de Francfort revêtait toutefois une autre signification, puisqu'il s'agissait alors pour les commerçants lorrains de sélectionner des produits finis, et non des produits à faire fabriquer. Les négociants de Francfort n'étaient pas en effet des marchands fabricants, mais des grossistes collectant des marchandises pour les redistribuer⁴³⁴. On ignore si la teinture des indiennes qu'ils écoulaient se faisait en Inde ou dans des ateliers européens, et l'on ne sait rien de la prise éventuelle qu'ils pouvaient avoir sur le choix des motifs des étoffes qu'ils proposaient⁴³⁵. Toujours est-il que les informations contenues dans les lettres étaient très limitées : le négociant Grimmeisen, informant ses clients du prix de ses indiennes, ne fournit ainsi que des informations vagues sur les dessins ou les couleurs. Il était donc indispensable pour les marchands lorrains de venir voir la marchandise avant de passer commande.

Il n'était cependant pas possible de rendre aussi fréquemment visite aux marchands-fabricants des places de commerce plus éloignées ou de moindre importance dans le commerce lorrain : l'information sur les qualités ou sur les nouveaux produits passait alors par l'envoi d'échantillons adressés par voie épistolaire ou par la visite de commis-voyageurs des maisons de commerce.

Echantillons et commis-voyageurs

Dès les années 1720, de nombreuses mentions de tournées des commis-voyageurs et d'échantillons adressés par les fournisseurs apparaissent dans les correspondances actives et passives des marchands lorrains⁴³⁶. Le recours à ces deux procédés d'information sur les produits allait à vrai dire largement de pair, les commis étant porteurs de cartes d'échantillon lors de leurs tournées⁴³⁷. La diffusion de ces techniques commerciales résultait vraisemblablement de l'accélération des rythmes de renouvellement des marchandises : commis et échantillons étaient notamment employés par les marchands-fabricants, qui pouvaient ainsi déterminer le niveau des commandes de chaque qualité de produits avant de les donner à fabriquer⁴³⁸. Ces pratiques se retrouvaient aussi chez les marchands grossistes, qui parvenaient de cette manière à faire connaître le contenu de leurs stocks ou à centraliser les commandes qu'ils passeraient ensuite aux marchands-fabricants⁴³⁹.

⁴³⁴ Alexander DIETZ, *Frankfurter Handelsgeschichte*, Francfort, Auvermann, 1970/1972, 4 tomes

⁴³⁵ RAVEUX, 'The birth of a new european industry', pp. 291-306 et STYLES, 'What were cottons for in the early industrial revolution?', pp. 307-326, in RIELLO et PARTHASARATHI (dir.), *The Spinning World*.

⁴³⁶ La date des premières mentions des commis-voyageurs en Lorraine – dans les années 1720 – correspond à la période où cette pratique commerciale se développe en Europe. Voir sur ces questions le dossier « Les commis-voyageurs, acteurs et témoins de la Grande Transformation » de la revue *Entreprises et histoire* (n° 66, 2012) coordonné par Arnaud BARTOLOMEI et Claire LEMERCIER, ainsi que : Gérard GAYOT, *Les draps de Sedan 1646-1870*, Paris, Editions de l'EHESS, 1998, p. 403.

⁴³⁷ Lettre de Simon BENOIST de Reims à Germain EMPEREUR du 27 novembre 1751 : « mon fils qui est parti hier pour une tournée de recettes passera à votre ville vers le 7 ou 8 du mois prochain. Il est porteur d'échantillons de différentes marchandises dans lesquelles je vous invite à vous rassortir pour l'hiver ».

⁴³⁸ Lettre de Victor CLICQUOT de Reims du 3 avril 1754 à Germain EMPEREUR : « vous trouverez inclus une carte d'échantillons de diverses espèces de nos marchandises conformément à la lettre que vous avez écrite de M. Benoît CLICQUOT mon gendre qu'il m'a communiquée. Il vous plaira de ne point tarder à m'envoyer ceux que nous avons choisi parce que la saison avance, et que dans les marchandises de dessin peut-être que les pièces dont vous aurez choisi des échantillons se trouveraient vendues, et qu'il faudrait alors avoir le temps de l'en faire faire ».

⁴³⁹ Lettre de MARTINET et AUBANEL à Germain EMPEREUR du 5 mai 1753 : « Notre sieur AUBANEL qui est de retour de nos achats du Languedoc depuis 7 à 8 jours pour nos draperies ne nous a acheté dans les articles

L'envoi de commis-voyageurs permettait aux grandes maisons marchandes de s'ouvrir de nouveaux débouchés et de consolider leurs relations avec leur clientèle. Françoise Bayard suggère que ce type d'agents commerciaux était principalement envoyé par les marchands-fabricants des places où la concurrence entre firmes était la plus rude pour trouver de nouveaux clients. C'était le cas de Lyon, qui comptait alors un grand nombre de fabricants de soieries et d'accessoires de mode, entre lesquels la compétition était d'autant plus vive que les produits proposés étaient sans doute peu différenciés⁴⁴⁰. Les commis-voyageurs tâchaient ainsi de placer leur marchandise avant les autres firmes sans s'embarrasser de scrupules excessifs⁴⁴¹. Ce n'était cependant pas leur unique rôle : ils étaient envoyés aussi auprès des clients fidèles pour récupérer les créances en souffrance et proposer de nouvelles marchandises⁴⁴². La visite d'un représentant de la maison de commerce, souvent un associé ou un membre de la famille appelé à prendre dans les années à venir la direction des affaires, permettait de déployer des stratégies rhétoriques pour convaincre les clients à acheter voire de négocier avec eux des conditions de paiement⁴⁴³.

Dans les faits, on note à la lecture des correspondances une différence entre les marchands allemands et ceux des espaces français ou suisses dans le recours aux commis-voyageurs ou aux cartes d'échantillons, les premiers négligeant largement ces pratiques nouvelles. Ce recours différencié à cette pratique commerciale nouvelle peut s'expliquer de différentes manières. On a vu plus haut que les commerçants francfortois, grossistes, étaient tributaires des arrivages d'indiennes ou d'étoffes anglaises comme les « draps du Nord », et ne pouvaient sans doute pas informer leurs clients très en amont des nouvelles qualités disponibles. Bon nombre de commerçants allemands rencontrés à Francfort étaient cependant des marchands-fabricants. La fréquence des visites des commerçants lorrains aux foires leur permettait en fait de rencontrer deux fois par an leurs fournisseurs, et par là même de s'informer sur les produits et de passer commande sur place : l'envoi de commis et d'échantillons n'était ainsi pas nécessaire. Le lien est donc sans doute étroit entre vigueur des foires et recours aux tournées et aux échantillons : à Lyon, les foires dépérissant progressivement au XVIIIe siècle et ne se maintenant à partir du milieu du siècle que comme termes de paiement et périodes d'expédition, l'envoi de commis et d'échantillons permettait d'entretenir les liens entre fournisseurs et clients en l'absence de rencontres périodiques.

Les échantillons étaient également employés par les clients pour préciser la nature de leurs demandes auprès de leurs fournisseurs : dans le cas des étoffes, ils étaient souvent découpés sur des pièces précédemment expédiées. Devant la grande diversité des produits et

des gros de Tours, popelines et balsamines que pour remplir les commissions que nous avons pour cette foire de Pâques, à quelques mémoires près qu'il donna pour nous livrer en juin au plus tard ».

⁴⁴⁰ Lettre de COURTOIS de Nancy à SEILHADE du 12 juin 1734 : « Croyez-vous que je vais donner 6 liv. de la d. de vos bourdalous en soie qui ne sont pas plus forts que les jarrettières autant que vous les marquez (sic). M. CREDO en a acheté à 4 liv. 10 s. plus forts que les vôtres, puisque nous les avons pesés. De plus, à l'égard de vos galons, nous avons arrêté le prix, mais le sieur CREDO en a acheté chez le sieur PERROT une partie aussi forte que les miens à 40 s. par marc de moins que les miens. »

⁴⁴¹ Lettre de CASSAGNE et Cie de Lyon à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 30 juillet 1751 : « nous avons appris que le commis qui vient de sortir de chez nous nommé CHARBONNEL et qui a passé chez vous après le sieur MERLAT a occasionné la révocation du mémoire que vous aviez donné à ce dernier, et dont partie des marchandises était déjà préparée et quelques-unes coupées, pour se l'approprier, ce qui n'est pas bien de la part d'un homme que nous avons comblé de bienfaits ».

⁴⁴² Françoise BAYARD, « Voyager plus pour vendre plus. Les commis-voyageurs lyonnais au XVIIIe siècle », *Entreprise et Histoire*, 66, 2012, pp. 62-78 (en particulier, p. 64 et 71).

⁴⁴³ Lettre de HOFER, RISLER et Cie de Mulhouse du 22 janvier 1757 à la Veuve NAVIERE : « nos affaires exigeant que nous fassions un tour dans la Lorraine, que notre sieur HOFER fera dans peu, ainsi qu'il se flatte l'avantage de vous voir en parfaite santé, et aura l'honneur de vous offrir la continuation de nos très humbles services en tout ce qui dépendra de nous, et vous fera voir les dessins nouveaux que nous faisons travailler, aussi bien que quelques échantillons de beau coton filé ».

la rapidité des rythmes de renouvellement, beaucoup de marchandises étaient fabriquées en quantités restreintes et avaient une durée de vie limitée : des produits ou des qualités qui avaient plu pouvaient ne plus être disponibles quelques années après. L'envoi d'échantillons d'anciens produits aux fournisseurs était ainsi destiné à leur faire rechercher des produits approchants⁴⁴⁴. Dans ce cas, la marge d'incertitude pour les clients était importante, et la satisfaction de la commande dépendait dans une large mesure du zèle et de la diligence des fournisseurs.

D'autres pratiques d'information : le cas du marché des denrées coloniales

Ces observations formulées pour le marché des étoffes ou des accessoires ne sont pas totalement valables pour les autres produits, notamment pour les denrées coloniales comme le sucre ou le café, pour lesquels le problème de la qualité se posait un peu différemment. Le niveau de renouvellement des types de marchandises était tout d'abord incomparablement moindre que pour les étoffes : les marchands lorrains n'avaient donc pas souvent à s'informer de l'apparition de nouveaux produits, et l'envoi d'échantillons ou de commis-voyageurs ne se justifiait pas. Par ailleurs, les qualités et les prix étaient très variables d'une année sur l'autre : ils dépendaient largement des récoltes dans les zones de production et des éventuelles difficultés d'acheminement jusqu'en Europe⁴⁴⁵.

Devant les grandes variations qualitatives que connaissaient ces produits, les grossistes lorrains se contentaient de passer des commandes à leurs fournisseurs en usant de termes flous – parlant dans le cas des cafés ou des sucres toute au plus de qualité « commune » ou « supérieure ». De tels termes avaient nécessairement une signification très relative, étant donné le caractère qualitativement instable des arrivages : il s'agissait en fait simplement pour les grossistes lorrains de composer une gamme large de marchandises pour proposer un choix étendu à leurs clients, couvrant tout le spectre qualitatif disponible à un moment donné. Ainsi, en l'absence de prise réelle de l'appareil commercial sur les arrivages et leur qualité, les commandes passées par les marchands lorrains étaient remarquablement vagues, et se référaient simplement à une hiérarchie imprécise des produits. Pour des raisons strictement opposées à la stabilité qualitative des étoffes les plus éprouvées par l'usage, les commandes de denrées coloniales étaient donc tout aussi sommaires dans leur formulation.

3.2. L'entente sur les prix

La conclusion d'une vente entre un client et son fournisseur donnait lieu à une entente sur les prix. Dans le cas des produits communs les plus éprouvés, qui formaient la majorité des commandes, cet accord était tacite. Les achats se faisaient généralement sans que le client ne s'informe du prix des marchandises, puisque celui-ci était relativement stable d'une année

⁴⁴⁴ Lettre de Dieudonné NAVIERE de Nancy à la Veuve Jean BIOLLEY de Verviers du 31 octobre 1754 : « L'on a trouvé vos draps dans ce pays assez beaux. C'est pourquoi (je vous prie) de m'envoyer par la voie la plus courte et de plus bas prix de voiture les pièces aux échantillons ci-bas que je vous prie de me choisir au parfait (...) Si vous avez une cannelle (type d'étoffe) pareille à cet échantillon en une petite nuance plus foncée, vous pouvez la joindre aussi. »

⁴⁴⁵ Par exemple, le prix du sucre brut à Nantes connaît entre les années 1750 et 1760 des fluctuations importantes : le prix de la lb. a beau être stable de 1751 à 1755 à 3,6 liv. t., il connaît une chute en 1756 à 2,8 liv. t. avant de remonter fortement sous l'effet de la guerre entre la France et le Royaume-Uni, passant à 5 liv. t. en 1760 et à 7 liv. t. en 1761. La fin du conflit voit une nouvelle chute des cours, la lb. se vendant 4,4 liv. t. en 1763 (Henri HAUSER, *Recherches et documents sur l'histoire des prix en France de 1500 à 1800*, Paris, Les Presses Modernes, 1936, p. 496). Les tendances sont sans surprise similaires pour le café : de 10 liv. t. entre 1751 et 1753, il passe à 12 liv. t. en 1754, 14,8 liv. t. en 1755 avant de chuter à 8 liv. t. en 1756.

sur l'autre, et que son niveau courant était connu des deux parties⁴⁴⁶. Le prix des marchandises communes gravitant comme le rappelle Jean-Yves Grenier autour d'un « prix de référence », les clients se bornaient tout au plus à indiquer à leurs fournisseurs un prix plafond. C'était seulement en cas d'ouverture de relations avec une place ou d'achat de produits inconnus que le client s'efforçait d'obtenir des informations sur les niveaux de prix avant de passer commande.

Contrairement aux étoffes dont les niveaux de prix étaient relativement stables d'une année sur l'autre, ceux des denrées coloniales étaient soumis à des aléas conjoncturels importants. Les demandes de renseignement sur les prix de vente occupaient ainsi une bonne partie de la correspondance, et les niveaux d'achat en dépendaient : de fait, la conclusion d'une vente passait d'abord par un échange de lettres sur le niveau des prix des marchandises souhaitées. Les commandes indiquaient ensuite la nature et éventuellement la qualité du produit souhaité, ainsi que le prix que les marchands lorrains consentaient de payer. Il revenait alors aux fournisseurs de se procurer le meilleur produit possible pour les niveaux de prix demandés par les clients.

L'entente sur les prix préalablement à la commande incluait également un accord sur les délais et modalités de paiement, les uns comme les autres n'étant pas sans effet sur les gains réels des clients. Si le terme de paiement était trop resserré, le client devait de fait s'acquitter de sa dette envers son fournisseur avant que l'ensemble des marchandises livrées n'ait été vendu : si le taux de marge sur le produit concerné était mince, cela pouvait s'apparenter à de la vente à perte. Les clients avaient donc parfois intérêt à disposer de délais de paiement plus longs, quitte à devoir payer leurs marchandises un peu plus cher : il était ainsi semble-t-il assez courant chez les marchands de moduler les prix de vente en fonction des délais de paiement convenus⁴⁴⁷. Une telle pratique est à relier aux attentes des marchands en termes de gain : leur point de comparaison était en effet « l'intérêt de l'argent », leur but étant de réaliser des gains au moins comparables à celui-ci⁴⁴⁸.

La discussion préalable à la conclusion d'une affaire portait également sur les modalités de paiement. Il fallait en effet que le mode de remise employé soit profitable au fournisseur, sans pour autant revenir trop cher au client. Les moyens de paiement - papier commercial ou espèces - étaient des marchandises, et tous les effets de commerce n'étaient pas également recherchés par les commerçants. Les marchands français réclamaient ainsi des

⁴⁴⁶ La stabilité des prix des produits courants au XVIII^e siècle était telle que les commerçants se dispensaient de discuter de leur prix dans les correspondances, les commandes se faisant pour ces marchandises sans référence au prix. Lettre de Dieudonné NAVIERE de Nancy à A. De HAAN et fils d'Amsterdam du 9 mai 1754 : « Je me trouve avoir besoin de pluche gaufrée. Je vous prie de m'envoyer par terre à l'adresse de M. C. BREVILLER à Francfort le contenu ci-bas en beau dessin nouveau (2 pièce jonquille, 2 pièce cramoiisi, 2 pièces vert de Saxe, 1 pièce gris). »

⁴⁴⁷ Lettre de Charles LESTOURNE d'Elbeuf à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 17 novembre 1752 : « je vous envoie une carte d'échantillons dont il vous plaira faire choix. A l'égard des prix les draps ordinaires sont de 14 liv. 10 s. pour les comptants ou à 15 liv. à 6 mois, les bleus de Roi sont 18 liv. au comptant ou 18 liv. 10 s. à 6 mois, les bleus uniformes 15 liv. 10 s. au comptant ou 16 liv. à 6 mois. C'est le plus juste prix que l'on peut les donner ». La différence entre le prix comptant et le prix à 6 mois est respectivement de : 3,4 %, 2,7 % et 3,2 %. Ces sommes reviennent à respectivement 6,8 %, 5,4 % et 6,4 % à l'année, ce qui concorde avec le taux d'intérêt. Ainsi, le marchand en question semble-t-il corriger ses prix de vente du taux d'intérêt : celui-ci est compté en plus du prix de vente, de sorte à garantir un taux de marge supérieur au taux d'intérêt de l'argent. On aurait donc dans ces prix la marge qui serait déjà comprise.

⁴⁴⁸ Lettre des frères DOLLFUSS, VETIER et Cie de Dornach près de Mulhouse à la Veuve NAVIERE de Nancy du 28 avril 1757. Facture pour commande de rubans, de padous, de passe-fin et d'autres étoffes. « Nous avons été très surpris à l'ouverture de l'honneur de la vôtre du 21 du courant à y voir que vous trouviez nos rubans plus chers que ceux que vous dites tirer de Bâle. Nous ne pouvons le concevoir vu que nous cotons les prix au plus juste et que nous ne gagnons que l'intérêt de notre argent ».

lettres sur des places majeures comme Paris ou Lyon⁴⁴⁹. Hors périodes de guerre, les commerçants allemands et suisses réclamaient également des lettres sur Paris, qu'ils pouvaient ensuite négocier sur leur place d'activité ou en foire. De fait, les marchands français ne tiraient sur la Lorraine qu'en dernière extrémité, les effets sur la province étant peu recherchés et les retours étant difficiles à effectuer et donc onéreux : à moins de disposer de fournisseurs sur place, ce qui était rare dans le commerce des commodités, les fournisseurs extérieurs à la province devaient tirer sur leur client à l'ordre d'un autre commerçant ou d'un banquier, qui leur faisait remise en effets sur Paris ou Lyon – moyennant évidemment une commission et des délais de retour importants⁴⁵⁰. Les discussions sur la modalité de remise choisie étaient en réalité indissociables de celles sur les délais de paiement : dans leurs commandes, les marchands lorrains s'efforçaient ainsi d'obtenir des rabais contre la promesse de paiements rapides en des modalités prisées par leurs correspondants - sollicitant par exemple des rabais de la part de leurs fournisseurs des espaces germaniques en échange de remises sur Paris à échéance rapide⁴⁵¹. La discussion sur les modalités de remise faisait donc partie de la négociation commerciale, dans la mesure où elle déterminait le prix d'achat effectif des marchandises.

En réalité, l'entente sur les prix, tout comme les relations commerciales dans leur ensemble, incluait une dimension subjective. La qualité de la sélection des marchandises était d'autant meilleure que les relations entre les maisons de commerce étaient anciennes et éprouvées, le traitement différencié des clients étant alors la règle. La variabilité du prix des marchandises selon les clients à qui elles étaient vendues dépendait ainsi largement de facteurs personnels, le fait d'être considéré comme « ami » - ou « pratique », en jargon marchand - c'est-à-dire comme bon client solide et fiable. La définition du prix de vente dépendait ainsi dans une certaine mesure de la qualité des acteurs économiques concernés.

3.3. Les fournisseurs, « médiateurs de la sélection » (Pierre Jeannin)

Une fois l'entente faite sur le produit et sa qualité, les clients étaient contraints de s'en remettre au jugement de leurs fournisseurs pour le choix final de la marchandise. Ces derniers se faisaient ainsi les « médiateurs de la sélection »⁴⁵². Par là même, une bonne partie des marchandises importées par les commerçants lorrains étaient directement sélectionnées par leurs correspondants extérieurs : l'émergence de la nouveauté – innovations de produit

⁴⁴⁹ Lettre de CRESSANT et VALLET de Nancy à SEILHADE de Lyon du 8 mai 1732 : « Je vous remets ci-joint pour solde de ce que je vous dois 500 liv. en un billet sur HEDOUIN de Reims et 130 liv. 5 s. de ma traite sur KORNEMANN de Paris (soit) 630 liv. 5 s. dont vous ferez SVP le nécessaire pour en solder mon compte et m'en accuser la réception. J'espère que vous pourrez vous servir des lettres sur Reims aussi facilement que de celles sur Paris. »

⁴⁵⁰ SEILHADE de Lyon, pour récupérer le produit de sa traite sur MAÎTRE de Toul, s'en remet aux frères COSTER et VILLIEZ de Nancy – qui en sont les bénéficiaires. Ces derniers lui indiquent le 19 mai 1738 que « nous avons avis de Toul que le Sr. J.-B. MAÎTRE a acquitté votre traite de 942 liv. 14. 8. Nous ferons venir l'argent incessamment et dans peu nous vous en ferons le retour sur Paris ou Lyon, n'ayant point de lettres aujourd'hui. » C'est seulement un mois plus tard, le 14 juin 1738, que la remise à Lyon peut être faite : « Nous vous remettons incluse notre propre traite au 20 du courant sur Pâris de MONTMARTEL à Paris de 933 liv. qui avec 9 liv. 14. 8 pour frais de remise et provision feront les 942 liv. 14. 8 que nous avons reçues pour votre compte du Sr. MAÎTRE de Toul. » Les frais montent à 1 % du montant de la traite – ce qui étant donné le niveau modéré des gains dans le commerce des marchandises est important.

⁴⁵¹ Dans sa lettre du 6 mai 1754 pour passer commande de padous à François DUBARRY de Bâle, Dieudonné NAVIERE de Nancy n'évoque par le prix des produits, vraisemblablement supposés assez stables, mais demande à son fournisseur de lui « marquer (...) pour combien vous (...) escomptez en vous remettant à une ou deux usances sur Paris pour tout ce que je vous devrai. » Le 10 juin, le même NAVIERE sollicite de J.-C. BREVILLER de Francfort un kreutzer de remise sur chaque aune de flanelle en échange de remises sur Paris à deux usances.

⁴⁵² JEANNIN, « Distinction des compétences et niveaux de qualification », pp. 372-373.

comme nouvelles qualités de produits – dans la province était dans une large mesure imputable à leurs choix, les marchands importateurs étant assez souvent les récepteurs passifs des innovations définies ailleurs.

3.3.1. La constitution des stocks entre horizons d'attente et incertitude

Dans l'ensemble, les produits acquis par les marchands importateurs lorrains ressortaient de trois grandes catégories : les innovations de produits, les produits sujets à des renouvellements fréquents et ceux dont la relative stabilité est garantie par diverses normes de fabrication. Dans les deux premiers cas, les marchands s'efforçaient d'obtenir le plus d'informations possibles sur les produits, selon les canaux présentés ci-dessus. Dans le dernier cas, la nature des produits étant largement prédéfinie, les besoins en informations étaient moindres, même si subsistait l'incertitude sur les qualités – notamment les coloris. La définition de normes qualitatives n'impliquait pas en effet l'uniformité des produits : dans un mode de production largement artisanal, où primait le savoir-faire des producteurs indépendants, les marchandises fabriquées ne pouvaient être standardisées. Des pièces d'un même type d'étoffe n'étaient donc pas similaires, et différaient par une foule de petits détails. Les pièces d'un même produit n'étant pas parfaitement substituables, l'attention aux qualités spécifiques de chaque marchandise particulière revêtait une importance considérable dans la constitution des stocks. Cette tâche revenait aux fournisseurs, auprès de qui les marchands lorrains achetaient de fait une expertise sur les marchandises.

Les clients laissaient ainsi une marge d'appréciation importante à leurs fournisseurs, qui étaient juges de la qualité des marchandises expédiées. Pour les produits les plus courants et les plus stables sur le siècle, les commandes étaient remarquablement peu précises : une description très vague du produit semblait généralement suffire⁴⁵³. Pour les produits de consommation commune la demande finale était largement prévisible, et le fournisseur n'avait qu'à s'y conformer pour trouver les marchandises convenant au « goût de la province »⁴⁵⁴. Cela lui laissait de fait une grande latitude dans le choix des produits.

Cette marge d'appréciation était de même particulièrement importante pour les produits « de mode », l'introduction des innovations de produits et la diversification des qualités proposées dans la province étant principalement le fait des fournisseurs extérieurs. Les commerçants lorrains demandaient en effet à leurs fournisseurs de suivre les tendances qui avaient cours sur le lieu d'achat⁴⁵⁵. Le marchand nancéen Lalande demande ainsi au marchand de galons lyonnais Seilhade des produits « à nouveaux dessins »⁴⁵⁶, lequel se voit réclamer ce qu'il a « de plus à la mode » par le commerçant toulois Maître⁴⁵⁷. De cette manière, les modes « de France » - en fait largement définies à Paris - se trouvaient répercutées dans les provinces. La dépendance des marchands lorrains vis-à-vis de pôles

⁴⁵³ Lettre de Dieudonné NAVIERE de Nancy à Tobias WOEHRLE de Kaufbeuren du 16 mai 1754 : « Je vous prie (...) de m'envoyer le contenu du mémoire ci-bas en marchandises fraîches. J'espère que vous aurez des futaines du nouveau blanc. Passez-les moi au juste prix. Marquez-moi combien vous m'escompterez en vous remettant sur Paris (...) Mémoire : 5 pièces futaine blanche ; 4 pièces dite rayée ; 44 pièces toile à doubler : 8 noires, 12 vertes, 2 bleues, 4 rouges, 6 brun, 8 mode, 3 citron, 1 gris ; 20 toiles glacées à chapeau. »

⁴⁵⁴ Lettre de Germain EMPEREUR du 5 avril 1754 à Eloy QUIGNON d'Amiens : Empereur se contente de passer commande de crépon d'Alençon à deux soies, d'étamine rayée, de pannes, de camelot sayette, et ne donne pas d'informations complémentaires, indiquant que « vous savez les couleurs qu'il faut dans ce pays ». Il use de la même expression dans sa lettre du 19 avril 1753 à ROMANET de la même ville, par laquelle il commande « 6 pièces d'étamine rayées de votre fabrique de quelque beau dessin, vous savez ce qu'il faut dans ce pays ».

⁴⁵⁵ Lettre de la maison Veuve VANIER et fils de Reims à la Veuve NAVIERE du 25 mars 1758 : « plusieurs de vos Messieurs nous demandent des étamines rayées de ce pays-ci ; elles sont fort à la mode actuellement. Si vous en avez besoin, nous sommes en état de vous en fournir des plus nouveaux goûts et des plus belles qualités ».

⁴⁵⁶ Lettre du 21 octobre 1727

⁴⁵⁷ Lettre du 25 juillet 1735

d'approvisionnement extérieurs avait ainsi sans doute comme conséquence l'alignement des modèles de consommation de la province sur ceux de la capitale du Royaume.

Quand cependant les marchands commandaient des produits de prix plus élevé, une latitude moindre était laissée aux fournisseurs. Dans le cas d'accessoires de parure de haut prix comme les galons, les commandes se faisaient assez précises, et les commerçants envoyaient fréquemment des échantillons de ce qu'ils souhaitaient⁴⁵⁸. Malgré la précision des descriptifs, la marge d'appréciation qui revenait au correspondant était là encore importante : devant la grande diversité des produits disponibles et leur non-substituabilité, les fournisseurs devaient souvent se résoudre à adresser des marchandises seulement approchantes de la commande passée. Cela pouvait entraîner des contentieux innombrables de la part de commerçants insatisfaits, dont témoigne la correspondance du marchand lyonnais Seilhade : plusieurs marchands lorrains exigeaient ainsi de lui des rabais, voire refusaient de payer des marchandises qu'ils jugeaient non-conformes à leur commande, les laissant alors « pour son compte » - c'est-à-dire impayées en l'attente de ses ordres⁴⁵⁹.

3.3.2. Commerce et connivence

La constitution des stocks de marchandises dépendant largement des choix opérés par les fournisseurs, les clients devaient s'appuyer sur quelques maisons de commerce fiables et à la compétence reconnue pour disposer des meilleurs approvisionnements possibles. Ces relations entre marchands allaient au-delà de la simple « confiance » : il s'agissait de compter sur des correspondants qui assureraient un accès préférentiel à l'information et à des approvisionnements de qualité, et ce au meilleur prix possible. Les relations marchandes relevaient donc dans une large mesure de la connivence – entre maisons de commerce entretenant des rapports anciens, tout du moins -, d'où l'importance de « l'amitié » entre marchands, maintes fois rappelée dans les correspondances⁴⁶⁰.

Bien servir les « pratiques »

Tout l'enjeu pour les clients était de disposer de quelques fournisseurs enclins à bien les servir. Dans la sphère marchande en effet, le traitement différencié des partenaires était alors la règle⁴⁶¹. Les fournisseurs veillaient à servir du mieux qu'ils pouvaient les clients avec

⁴⁵⁸ Lettre de MAÎTRE de Toul à SEILHADE de Lyon du 25 juillet 1735 : « Je vous prie de m'envoyer un petit assortiment que vos remettrez s'il vous plaît à MM. PROMPSAL et Cie marchands-drapiers, et qu'il soit dans un carton bien conditionné (...) savoir 14 marcs galon mousquetaire de plus à la mode pour bord de chapeau de quatre différentes largeurs. La quantité des marcs est marquée par chaque échantillon. Et comme il se pourrait arriver que vos galons ne se rapporteraient pas tout à fait aux largeurs des échantillons, vous les égaliserez du mieux qu'il vous sera possible. Vous y joindrez en outre environ un marc et demi de dentelle d'argent à peu près de la largeur des échantillons ci-inclus. Et pour ce qui est de vos points d'Espagne, si vous en avez une pièce, que les bords n'en soient pas coupés (...). »

⁴⁵⁹ Lettre de VALLET de Nancy à SEILHADE de Lyon du 5 mai 1731 : « Suivant l'honneur de la vôtre du 12 du passé, j'ai reçu les galons d'argent mentionnés, mais je ne les trouve pas conformes au mémoire à vous envoyé : diverses pièces de ceux à la mousquetaire sont trop larges, et les agréments ou gerbes d'argent ne sauraient me convenir, comme n'étant non plus conformes à ceux que je vous ai demandés. Ainsi, je suis obligé de garder à votre disposition les plus larges des dits galons à la mousquetaire, de même que les agréments et vous aurez la bonté de me marquer à qui vous voulez que le les remette pour votre compte, car pour moi je ne pourrai les vendre, ce qui vous sert d'avis. »

⁴⁶⁰ GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime* ; Pierre GERVAIS, « Crédit et filières marchandes au XVIIIe siècle », *Annales HSS*, 2012, 4, pp. 1011-1048 (en particulier, pp. 1017-1021).

⁴⁶¹ Lettre de PROUST de Nogent-le-Rotrou, envoyée de Paris le 5 avril 1758 à la Veuve NAVIERE de Nancy : « Avant mon départ de Reims je vous ai adressé par le sieur GERDRAY un ballot d'étamines marqué N° 5 MVN dont vous avez eu l'autre part facture. Je me flatte que vous en serez content (sic) ; je n'ai pas donné

qui les liens étaient anciens et étroits : ceux-ci jouissaient notamment d'un accès privilégié à l'information sur les marchandises et leurs commandes étaient traitées de manière prioritaire⁴⁶². Ils bénéficiaient par là même du choix le plus large possible, et la « fleur de marchandise » - c'est-à-dire les produits de meilleure qualité – leur était réservée⁴⁶³. De telles pratiques faisaient partie de l'horizon d'attente des clients les plus anciens, qui ne manquaient pas de rappeler leurs obligations aux fournisseurs jugés négligents⁴⁶⁴.

Dans le commerce de gros, tout comme d'ailleurs dans le commerce de détail, la stabilité générale de l'échelle des prix des produits courants et éprouvés était pondérée par la pratique du prix préférentiel : selon les clients, les marchands ne fournissaient pas, à qualité équivalente, le même produit au même prix⁴⁶⁵. D'autres pratiques que la modulation des prix aboutissaient à introduire des discriminations tarifaires. Le « bon d'aunage » était ainsi courant pour les clients fidèles : lors d'une grosse commande d'étoffes, on faisait don à l'acheteur d'une ou deux aunes de marchandise⁴⁶⁶. De la même manière, à prix équivalent, certains marchands bénéficiaient de délais de paiement préférentiels⁴⁶⁷. Les marchands entendaient là encore être d'autant mieux servis que les relations avec leurs fournisseurs étaient anciennes : les contestations étaient ainsi nombreuses une fois la facture reçue s'ils s'estimaient mal traités. Les clients s'efforçaient alors d'obtenir des rabais pour cette commande ou pour une suivante⁴⁶⁸.

moins d'attention à vous en faire le choix que si c'eut été pour MM. PROCQUET (une des plus grandes maisons de commerce de Nancy). J'espère que vous m'en rendrez justice ».

⁴⁶² Lettre de Simon BENOIST de Reims à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 27 janvier 1751 : « je n'ai en magasin que 9 pièces coutil fort de $\frac{3}{4}$ dont ci-inclus avez un échantillon, qui composent ensemble 155 aunes environ. Mes fils sont partis hier pour mes emplettes. Ils vont en droiture à Rouen, où ils se fabriquent. Si vous me donnez vos ordres au reçu de la présente, j'aurai le temps de leur adresser avant leur départ, parce que je compte qu'ils y arriveront le 31 et y resteront 7 à 8 jours. Comme ils vont ensuite en Flandre, je vous conseille de m'envoyer en même temps le mémoire de ce que vous aurez besoin en camelots étroits et larges écarlates et bleus et blancs uniformes, et en calmandes noires larges écarlates cramoisies et noires et autres marchandises ».

⁴⁶³ Lettre des frères COSTER de Nancy à SEILHADE de Lyon du 30 octobre 1738 : « Nous vous prions au reçu de la présente de remettre pour notre compte à MM. Maurice et Antoine GRIAUD en fleur de marchandises et précisément dans la largeur marquée et contenue au mémoire d'autre part. Servez-nous en amis pour nous donner lieu de continuer à vous envoyer nos mémoires, et que la marchandise soit pliée avec attention. Nous comptons que les prix seront au même que les derniers que notre frère vous a acheté en août dernier. »

⁴⁶⁴ Lettre de la Veuve NAVIERE de Nancy à GUERARD de Rouen du 14 juillet 1757 : « j'ai reçu la facture des siamoises à ce moment, datée 21 mai. Je suis fort surprise de votre négligence ; en cela j'ai reçu les siamoises le 14 juin et votre lettre ne me parvient que le 8 juillet. A (?) vous viendrez comme des affamés à votre paiement, je commence par vous dire que je laisse la balle à votre compte suivant la dernière que je vous ai écrite, ou vous diminuez le prix et allongez le temps pour le paiement. Primo j'en ai perdu la vente d'autant que je n'ai pu ce faire faute de facture, secundo le temps de ces siamoises est passé, il faut que je les garde jusqu'à Pâques »

⁴⁶⁵ Lettre de DURAND, MENARD et Cie de Lyon à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 22 décembre 1751 : « nous sommes fâchés que vous vous plaigniez du prix de 53 pour les mazamets frisés en couleur, nous vous les avons passés au plus bas cours, puisque nous sommes en même de faire voir que nous les avons vendus sur notre comptoir à 54 s., et que ce n'est que par la véritable considération que nous avons pour vous que nous vous avons mis au nombre de nos pratiques distinguées à qui nous les avons vendus, savoir : les mazamets frisés à 53, ceux en pluche à 52 et ceux reblanchis à 51 s., et nous ne pouvons les passer à moins sans être en perte ».

⁴⁶⁶ La facture de la Vve BONNEFRAINE de Reims du 11 mars 1751 adressée à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson indique ainsi la vente de « 76 aunes $\frac{1}{2}$ pour 74 aunes $\frac{3}{4}$ de dauphine noire à 48 sous. »

⁴⁶⁷ Lettre de FONTANILHE frères de Lyon à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 14 novembre 1752 : « nous avons reçu par votre précédente votre traite de 1255 liv. à votre domicile chez M. KORNEMANN et Cie à Paris, payable fin janvier prochain pour fin février, qui sera pour le montant de l'envoi des marchandises que nous fîmes de la foire d'août de l'année dernière 1751. Nous trouvons cette échéance trop longue, ce qui nous emportera le petit bénéfice que nous pouvons y avoir fait ; nous nous flattons que nous dédommagerons sur le prompt paiement que nous ferez de l'envoi que vous avons fait de notre foire d'août dernière. Nous vous passons la marchandise au même prix de ceux qui nous paient dans 6 à 9 mois ; ainsi, quand nous vous donnons l'année, nous pensons que ce terme est assez long ».

⁴⁶⁸ Lettre d'Henri FOLLER de Nancy à SEILHADE de Lyon du 18 mars 1736 : « J'ai reçu votre galon : vous me le mettez à 40 liv. Vous savez que je le peux avoir à 38 liv. De plus, vous me l'envoyez par un courrier : il me

Les « bons clients » ou la fabrique de la connivence

Tous les clients des commerçants ne bénéficiaient pas de tels traitements de faveur. Ceux-ci n'étaient accordés qu'après plusieurs années de relations d'affaires, et s'inséraient dans une économie de la prestation de service mutuel – de l'échange de bon procédé, en somme⁴⁶⁹. Bénéficiaient ainsi de « douceurs » sur les prix ou de « fleur de marchandise » les clients enclins à rendre divers services à leurs fournisseurs. On trouve fréquemment parmi ceux-ci l'exercice de la fonction de commissionnaire d'expédition des marchandises : quand par exemple les marchands d'étoffes lyonnais Martinet et Aubanel souhaitèrent faire parvenir des marchandises à un de leurs clients de Metz, Joseph Lalance, ils les expédièrent à leurs correspondants nancéiens les frères Siben. Ceux-ci devaient alors réceptionner l'envoi et payer les frais d'expédition et de douane – que la maison lyonnaise leur rembourserait par la suite. Les clients pouvaient également procéder à la réception de paiements en Lorraine pour le compte de leurs fournisseurs, voire remplir pour eux des démarches administratives ou judiciaires⁴⁷⁰. Ces opérations n'étaient pas facturées par les correspondants lorrains, qui attendaient cependant en échange une faveur. Dans l'exemple développé plus haut, les frères Siben n'étaient censés prendre aucune commission pour la réception des marchandises, leurs correspondants de Lyon leur promettant cependant un traitement de faveur sur un prochain achat⁴⁷¹.

La qualité des services rendus était d'autant meilleure que les relations de confiance entre les maisons de commerce étaient anciennes. Germain Empereur fut ainsi en affaires avec le marchand-drapier troyen Jean Berthelin pendant plus d'une trentaine d'années, réalisant chez lui des achats annuels de plus de 10.000 liv. t. En reconnaissance de cette fidélité et de plusieurs services qu'Empereur a pu lui rendre au fil du temps, Berthelin lui prodigua des services variés. Cela pouvait aller de la réexpédition de marchandises en transit à la sélection de « fleur de marchandise » en passant par l'accès à des informations privilégiées. Par ailleurs, lorsqu'Empereur commença vers le milieu des années 1750 à connaître des difficultés financières, Berthelin ne chercha pas à trop le presser pour en obtenir des paiements, préférant continuer à lui vendre des marchandises malgré ses retards de paiement. Les mauvaises passes étaient fréquentes dans le commerce, et il valait en effet mieux perdre de l'argent sur quelques ventes avec un bon client que se brouiller avec lui et voir disparaître un débouché certain. A en juger par l'ancienneté des relations et la nature des services rendus, Empereur pouvait compter dans les années 1750 sur X correspondants de la qualité de Berthelin, sur un ensemble de Y. Ces rapports « d'amitié » entre maisons de commerce permettaient de réduire l'incertitude inhérente aux économies préindustrielles, en assurant une sélection préférentielle des produits, la coordination des flux de transports voire une certaine

coûte de port 21 liv. 5 s. 3 d. Vous voyez, voilà du cher galon. Je ne saurais donc retirer mon argent : pis, la foire étant passée, il fallait laisser pour l'autre foire. J'en peux avoir au magasinier de Nancy à 39 liv., et il ne me coûtera point (de) port, et je le choisirai à ma volonté. Je vous le passerai à 38 liv., et je vous rabattrai pour la voiture. »

⁴⁶⁹ Guillaume DAUDIN interprète de telles pratiques en termes de création de « capital social » (*Commerce et prospérité : la France au XVIIIe siècle*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2011, pp. 147-150).

⁴⁷⁰ Voir la lettre des héritiers de Justin-Frédéric KUHN d'Eisenach du 13 février 1758, qui donnent « carte blanche pour Mme la Veuve N. à Nancy contre Mme la Veuve François SALADIN à Neufchâteau d'exiger la somme de 754 liv. qu'elle nous doit et pour faire tout ce qu'elle trouvera bon ».

⁴⁷¹ AD 69, 8 B 625/3 : Lettre de MARTINET et AUBANEL de Lyon aux frères SIBEN de Nancy du 17 juillet 1756 « D'ordre et pour le compte de M. Joseph LALANCE de Metz, je vous ai expédié une balle comme il est énoncé ci-bas, laquelle il vous plaira lui envoyer sans retard en étant (?). Il y a 78 liv. 10 s. de remboursement suivant la note à lui envoyée, dont il vous plaira vous entendre avec ledit sieur et me renvoyer l'acquit acquitté dûment déchargé. Vous réitérant mes offres de services soit en Mazamet ou autres articles ou vous aurez une douceur, ce que vous pouvez essayer ».

bienveillance en cas de défaut de paiement⁴⁷². Ils étaient à ce titre recherchés et entretenus par les commerçants.

Cependant, en dehors de ces relations anciennes et solides entre maisons de commerce, qui permettaient aux uns d'écouler de manière certaine leurs marchandises, et aux autres de bénéficier de conditions préférentielles, l'image des rapports entre marchands qui prévaut dans les correspondances est celle d'une sphère très concurrentielle. Lorsque les relations entre clients et fournisseurs étaient mal établies, les premiers n'avaient ainsi aucun scrupule à mettre en concurrence leurs différents fournisseurs entre eux⁴⁷³. Il allait d'ailleurs parfaitement de soi que les fournisseurs ne pratiquent pas nécessairement leurs meilleurs prix avec leurs nouvelles relations⁴⁷⁴.

Conclusion

Cette stabilité des espaces d'approvisionnement tient sans doute à la fidélité à des grands types de produits. L'étude des marchandises achetées par les marchands-magasiniers et mises à la disposition des détaillants suggère en effet une grande stabilité des produits proposés, et des espaces productifs impliqués dans la mise à disposition des biens. Par là même, et au-delà même du cadre limité de notre étude, cela suggère que la démultiplication de l'offre de marchandises au XVIIIe siècle ne s'est pas tant faite par des innovations de produits que par de subtiles variations sur des types stables et généraux de marchandises – qu'il s'agisse des couleurs ou des finitions. La démultiplication des marchandises disponibles est surtout une extension des gammes pour chaque type de produits. Ainsi donc, les marchands-magasiniers étaient tributaires de modes produites et suscitées ailleurs. Leur rôle était cependant important à cet égard : ils n'étaient certes pas en mesure, vu l'étroitesse du marché lorrain, de susciter des modes locales spécifiques, ou d'imposer à des marchands fabricants extérieurs des gammes ou des motifs spécifiques. Ils achetaient ce qui leur était proposé. Il convient cependant de noter qu'ils étaient eux-mêmes sensibles à cette mode, et que dès le début du XVIIIe siècle ils demandaient à leurs correspondants de leur faire parvenir des marchandises au goût du jour. Les commandes d'une année sur l'autre ne permettent pas cependant de prendre une mesure exacte de ce phénomène de renouvellement. Mais est-il vraiment saisissable ? A vrai dire, la large gamme des produits proposés en France, la grande variabilité des couleurs et motifs des indiennes proposées à Francfort, les renouvellements annuels des motifs des manufactures de Suisse permettaient aux marchands lorrains de proposer de larges assortiments d'étoffes. La diversité des marchandises partiellement substituables rendait peut-être le renouvellement des produits pas forcément utile – ou du moins, contribuait à le limiter. Le renouvellement des motifs et la dynamique de la mode procèdent de l'impératif d'écouler des marchandises similaires sur un marché relativement

⁴⁷² Silvia MARZAGALLI, « Crédit et considération sociale dans le monde du négoce au XVIIIe siècle », in Josette PONTET (éd.), *A la recherche de la considération sociale*, Talence, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1999, pp. 209-225.

⁴⁷³ Lettre de MEYSSONNIER de Lunéville à SEILHADE de Lyon du 10 avril 1741 : « J'aurai besoin pour la foire d'août prochain d'environ 1700 aunes de galon conforme aux échantillons ci-joints. Dites-moi au reçu de la présente à combien vous me ferez payer le marc chaque qualité, savoir le galon à jour avec son bord, le galon mousquetaire façonné avec son bord, et le mousquetaire pour chapeau – le tout conforme au dessin des échantillons et bien fabriqué et bien frappé – pour payer en lettres de change sur Paris, moitié en paiement des Saints prochain, et l'autre moitié en paiement des Rois 1742. Je vous invite à me faire tout le meilleur marché que vous pourrez, car je vous préviens que par ce même courrier j'envoie les mêmes échantillons à un autre fabricant, et que celui qui me fera le meilleur marché aura la préférence. »

⁴⁷⁴ Lettre de Dieudonné NAVIERE de Nancy à BOISSIEUX et VUILLERMOZ de Lyon du 20 juillet 1754 : « J'ai l'honneur de m'adresser à vous pour vous prier de m'envoyer les articles suivant la note ci-bas, qu'il vous plaira me choisir et me passer au plus juste pour une première fois. »

étroit (exemple des indiennes, mais sans doute aussi des rubans et des bas) : en présence de marchandises assez largement substituables, était-ce cependant bien nécessaire ?

Hiérarchie commerciale et redistribution régionale des marchandises

L'étude des filières commerciales a d'ores et déjà montré l'importance fonctionnelle des marchands-magasiniers, acteurs de la mise en relation des détaillants de la province avec les espaces de production manufacturière extérieurs⁴⁷⁵. Les détaillants de la province étaient-ils toutefois totalement dépendants de ces grossistes pour leurs fournitures ? A vrai dire, les quelques dizaines de maisons de marchands-magasiniers existantes n'étaient pas en position de monopole absolu pour les importations de commodités, certains détaillants cossus ou très spécialisés étant largement autonomes pour leurs approvisionnements hors de la province : les plus importants d'entre eux étaient même à l'occasion demi-grossistes.

D'ailleurs, et bien que plusieurs mémoires d'administrateurs insistent sur le maintien de leur rôle tout au long du siècle, il se peut que leur position s'érode avec le temps. On a avancé l'hypothèse d'un raccourcissement progressif des filières d'approvisionnement au XVIIIe siècle⁴⁷⁶. Devant la diversification de l'offre, les marchands détaillants ont sans doute été poussés à constituer des stocks plus importants, ce qui nécessitait des dépenses croissantes : il se peut ainsi qu'ils aient cherché à restreindre autant que possible le recours aux grossistes locaux, pour s'approvisionner directement auprès des marchands-fabricants ou dans les grandes places commerciales extérieures à la province et réduire par là même les coûts d'intermédiation. De fait, à partir des années 1760 et 1770, les marchands détaillants d'envergure médiocre ou modeste passaient de plus en plus de commandes directement hors de Lorraine⁴⁷⁷.

Poser le problème en termes de dépendance des détaillants vis-à-vis des grossistes ne permet cependant pas de rendre compte de l'ensemble des relations qu'entretenaient ces commerçants entre eux. Nos observations du chapitre précédent sur les rapports entre les marchands lorrains et leurs fournisseurs extérieurs sont dans une large mesure transposables aux relations entre les détaillants et les grossistes lorrains : elles étaient elles aussi largement construites dans la durée et s'appuyaient sur des rapports de confiance mutuelle. Les « amis » - terme revenant fréquemment dans les correspondances - des marchands-magasiniers étaient ainsi privilégiés en termes d'information sur les assortiments disponibles et de sélection des produits, et se voyaient accorder des délais de paiement larges et des prix préférentiels - comme si la crainte de perdre une relation d'affaires stable l'emportait sur la recherche de la rentabilité immédiate. De fait, les marges réalisées par les grossistes sur la vente de leurs

⁴⁷⁵ Jacqueline BEAUJEU-GARNIER et Annie DELOBEZ, *La géographie du commerce*, Paris, Masson, 1977 : « Un système commercial n'est pas un ensemble abstrait : il se projette complètement dans l'espace par la localisation d'établissements commerciaux constituant des réseaux. Or cet espace n'est pas neutre. Il a des dimensions qui peuvent devenir des contraintes pour la constitution des réseaux. La superficie d'un pays, tout comme les distances d'échanges interrégionaux ou internationaux, nécessitent la mise en place d'un plus ou moins grand nombre de relais spatiaux du stade de gros comme du stade de détail. Ainsi, la distance séparant les détaillants de leurs fournisseurs peut obliger ces derniers pour des motifs techniques, logistiques très précisément, à passer par des rouages intermédiaires, dépôts régionaux pour les industriels, entrepôts-succursales ou recours à des demi-grossistes en ce qui concerne les grands négociants » (p. 31).

⁴⁷⁶ Dominique MARGAIRAZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, Editions de l'EHESS, 1988, pp. 131-132 ; Jean-Claude PERROT, *Genèse d'une ville moderne Caen au XVIIIe siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1975, pp. 486-494.

⁴⁷⁷ Gérard GAYOT, « Les innovations de marketing sur le marché européen des draps fins (XVIIe-XVIIIe siècles) », in Jacques BOTTIN et Monique PELLEGRIN (éd.), *Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle*, *Revue du Nord*, Hors-série n° 12, 1996, pp. 111-127.

marchandises ne permettaient pas des profits considérables : cela reflète à la fois l'absence de monopole des marchands-magasiniers sur les importations, la concurrence qu'ils se livraient les uns les autres, mais aussi sans doute l'existence d'une exigence éthique de profit juste encore très prégnante chez les commerçants⁴⁷⁸.

1. Niveaux et profils des marchands détaillants desservis

Pour bien saisir la nature des activités des marchands-magasiniers, il importe en premier lieu de déterminer à quelle clientèle ils s'adressaient. Comme grossistes, ils comptaient plusieurs dizaines de clients répartis dans tous les Duchés⁴⁷⁹. Les plus modestes en avaient moins d'une centaine, les plus importants plus de deux cents⁴⁸⁰. Leur clientèle était très diversifiée : on y trouvait certes des petits détaillants peu spécialisés, qui avaient recours de manière presque exclusive aux grossistes, mais aussi d'autres détaillants plus importants ou plus spécialisés, autonomes quant à leurs approvisionnements, qui n'avaient recours à eux que de manière occasionnelle pour effectuer des achats de complément⁴⁸¹.

1.1. Qui a vraiment recours aux services des marchands grossistes ?

Les listes de clients reconstituées à partir des comptabilités ou des relevés de dettes actives des grossistes échouent à décrire le profil fonctionnel de leur clientèle, n'indiquant en effet que le nom des marchands et leur lieu de résidence, et ne disant rien de leurs spécialités ou de l'envergure de leurs affaires. Il est ainsi préférable de procéder de manière inversée, en partant des inventaires de faillite des marchands détaillants. Ces documents nous permettent d'évaluer la place des marchands-magasiniers dans l'ensemble de leurs dettes commerciales et, puisqu'ils relèvent les marchandises en stock, de décrire les spécialisations commerciales des détaillants recourant prioritairement à leurs services. Nous nous proposons ici de le faire pour deux périodes pour lesquelles les inventaires de faillite de détaillants sont nombreux et suffisamment précis, les années 1740-1750 et les années 1780-1785.

1.1.1. L'exploitation des données des inventaires de faillite

⁴⁷⁸ Jean-Yves GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime. Un monde de l'incertitude et de l'échange*, Paris, Flammarion, 1995

⁴⁷⁹ Ils pratiquaient également le commerce de détail auprès de particuliers de leur lieu de résidence. Mettant clairement ce type d'opérations sur un autre plan que leur commerce de gros, ils tenaient pour leurs activités de détail une comptabilité spécifique : les dettes des particuliers étaient ainsi portées dans des « livres d'annotations », celles des marchands détaillants au journal et au grand livre.

⁴⁸⁰ Les plus petits d'entre eux étaient en relation avec une cinquantaine de marchands-détaillants, comme la Veuve Navière ou François Vétier de Nancy, chez qui l'on en compte 45 en 1744. Les marchands-magasiniers de taille moyenne semblent compter quant à eux entre 100 et 150 marchands détaillants desservis : Pierre Mazerand de Nancy approvisionne environ 130 marchands de toute la province et Guillaume-François Henry de Nancy, qui dépose son bilan en décembre 1753, compte environ 140 marchands-détaillants comme clients. La maison Gérard et Toustain, lors de la dissolution de la société, en compte environ 230.

⁴⁸¹ BEAUJEU-GARNIER et DELOBEZ, *La géographie du commerce*, p. 28 : « A l'étape du « gros » s'attachent au moins trois catégories de services spécifiques : l'assemblage d'une grande variété de quantités assez considérables de marchandises provenant de lieux de production divers et plus ou moins lointains ; en second lieu le fractionnement et le conditionnement de lots importants évitant aux fournisseurs les complications d'expédition de multiples petits colis ; enfin et surtout (...) la régulation des approvisionnements grâce à la capacité de stockage des entrepôts de gros ravitaillant les lieux de consommation : si la conservation des marchandises disponibles s'effectuait uniquement sur les lieux de production, la population dont la demande fluctue avec une extrême rapidité subirait le désagrément de nombreuses ruptures de stock, car les réserves des détaillants sont limitées ».

Les relevés de dettes passives étaient établis à partir des livres comptables des marchands et des liasses de reconnaissances de dettes. Simples extraits de comptabilités, ils n'indiquaient pas la cause de la dette, précisant seulement le nom et la raison sociale des créanciers et des débiteurs, leur lieu de résidence et parfois leur spécialisation professionnelle. Il est cependant possible à partir de ces documents de reconstituer un tableau des filières d'approvisionnement des détaillants. Les relevés séparaient en effet créanciers privilégiés et chirographaires. Les premiers voyaient leurs créances garanties par les biens fonds dont disposaient leurs débiteurs. Dans la plupart des cas, il s'agissait de sommes dues par contrat de constitution de rente à des particuliers ou des institutions religieuses : les marchands y avaient sans doute recours pour financer leurs activités, mais la raison principale de la signature de ces contrats semble avoir été de se procurer les sommes nécessaires à l'acquisition de propriétés foncières⁴⁸². Les dettes chirographaires étaient par contre celles pour lesquelles les créanciers ne disposaient d'aucune garantie réelle. Chez les marchands, l'écrasante majorité d'entre elles consistait en dettes auprès des fournisseurs : on peut donc considérer que les dettes chirographaires correspondent *grossièrement* aux dettes commerciales des détaillants⁴⁸³.

Pour chaque marchand, nous avons calculé la part que représentaient les créances chirographaires en Lorraine et celles contractées auprès de marchands-magasiniers de la province : cela nous permet en particulier de mesurer le degré d'autonomie des marchands détaillants dans leurs approvisionnements, et de déterminer à partir de quel niveau d'affaires ils s'approvisionnaient au-dehors. Il n'est pas difficile de déterminer la part des créanciers lorrains des marchands, dans la mesure où les lieux de résidence des créanciers sont mentionnés dans les relevés. L'estimation de la place des marchands-magasiniers est un peu plus complexe, la spécialisation professionnelle des créanciers n'étant pas systématiquement indiquée. On dispose cependant, tant pour le milieu que pour la fin du siècle, de divers relevés des principaux marchands de Nancy. De plus, il est possible, par recoupement des données des inventaires, de reconstituer une liste satisfaisante des grossistes des villes de la province pour les deux césures – avec le risque toutefois de ne pas prendre en considération les plus petits grossistes de Lorraine, et singulièrement ceux des plus petites localités. Ainsi donc, nous pouvons mettre ici en évidence le degré de dépendance des marchands détaillants lorrains vis-à-vis des *principaux* grossistes importateurs.

Pour relier le recours aux marchands-magasiniers aux profils fonctionnels des marchands détaillants, nous pouvons nous appuyer sur deux types de renseignements fournis par les inventaires de faillite. Les relevés des marchandises nous permettent tout d'abord de déterminer la nature et le niveau de spécialisation des commerçants. Par ailleurs, le montant des créances donne une indication de leur niveau d'affaires : le niveau des dettes passives atteint lors de la demande d'attribution, préalable à l'établissement d'un inventaire de faillite, correspond en effet à ce qu'un marchand considère ne plus être en état de payer. Les dettes passives sont en vérité un meilleur indicateur du niveau d'affaires que les dettes actives. Il se peut en effet qu'au moment de la confection de l'inventaire une bonne partie des dettes actives aient déjà été collectées : des marchands de grande envergure peuvent ainsi avoir des dettes actives assez faibles, correspondant en fait au seul reliquat des sommes qui leur étaient dues, et en cela peu représentatives de leurs niveaux d'affaires effectifs. Ce n'est par contre pas la même chose de solliciter une remise ou un étalement de ses dettes à 3.000 liv. l. et à

⁴⁸² A vrai dire, l'acquisition de propriétés foncières ne peut être totalement séparée des activités commerciales, dans la mesure où le fait d'être propriétaire de biens fonds permettait au marchand d'asseoir sa position sociale et renforçait son crédit.

⁴⁸³ Patrick VERLEY, *Entreprises et entrepreneurs de XVIIIe siècle au début du XXe siècle*, Paris, Hachette, 1994 ; GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime*.

30.000 liv. l. : le premier cas correspond à un tout petit marchand détaillant, et le second à un solide commerçant.

1.1.2. Le profil des activités des marchands détaillants

Une analyse simple des données des inventaires des détaillants laisse entrevoir parmi eux, sans grande surprise, une très grande diversité de niveaux d'affaires. Ceux-ci apparaissent globalement stables entre le milieu et la fin du XVIII^e siècle : il ne semble pas en effet que les commerçants des années 1780 aient été d'une envergure d'affaires plus importante que ceux des années 1750. Pas de bouleversement non plus quant aux produits commercialisés : même si les stocks des marchands sont extrêmement divers, la prééminence des étoffes est remarquable, puisqu'elles représentent dans les deux cas en valeur près des deux tiers des stocks. C'est là le reflet d'une économie où le vêtement constituait le secteur moteur du commerce des commodités. Ces traitements statistiques élémentaires ne permettent cependant pas de saisir la diversité marchande dans toute sa complexité : une analyse factorielle des inventaires des marchands va nous permettre de proposer une typologie satisfaisante des profils d'activité.

Les niveaux d'affaires des marchands détaillants

Entre le milieu et la fin du siècle, les niveaux d'affaires des détaillants restent du même ordre de grandeur, tout en connaissant un certain affaïssement. Pour chaque césure, les commerçants ont été classés en quartiles selon leur niveau d'activités – déterminé à partir des dettes passives, comme indiqué plus haut – et il a été tenu compte de l'inflation pour le second quartile⁴⁸⁴.

Niveaux d'affaires moyens des marchands pour chaque quartile (en liv. l.)	Années 1740	Années 1780
1e quartile	4242,25	3146,46
2e quartile	10527,43	7471,75
3e quartile	18874,20	13653,28
4e quartile	33465,18	26915,56
Effectif	46	80

Il apparaît que la valeur moyenne des créances pour chaque quartile est sensiblement plus basse pour les inventaires des années 1780 que pour ceux des années 1740 et 1750 – la diminution étant d'environ un quart. Ce résultat est partiellement le produit d'un effet de source : l'échantillon des années 1780 compte en effet six marchands à très faible niveau d'affaires, dont l'endettement est inférieur à 2.000 liv. l., contre deux seulement dans le

⁴⁸⁴ Dans la première partie, nous avons retenu comme plausible une hausse des prix des commodités de 30 à 40 % entre les années 1720 et les années 1780. Entre les années 1740 et 1780, il semble donc raisonnable de compter sur une inflation de 30 % : nous avons donc diminué de 30 % le montant des dettes passives chirographaires des détaillants des années 1780, pour les ramener à un niveau comparable à celui des années 1740.

premier. La relative surreprésentation des très petits marchands dans le deuxième échantillon s'explique sans doute autant par un meilleur enregistrement et une meilleure conservation des procédures de faillite, que par la démultiplication des petits commerçants – notamment dans les villes, comme nous l'avons vu en première partie⁴⁸⁵. Il n'empêche que le niveau d'affaires des marchands à la fin du siècle n'est pas plus élevé qu'une génération auparavant : cela vient confirmer nos observations précédentes sur le caractère limité de la poussée commerciale dans la seconde moitié du XVIIIe siècle. Par ailleurs, cette poussée semble davantage portée par l'augmentation du nombre de commerçants que par l'accroissement du volume des affaires brassées individuellement par les marchands – ce que l'étude des cotes d'impositions relatives avait déjà suggéré.

L'accroissement probable du nombre de commerçants ne s'est semble-t-il pas traduit par le renforcement d'un groupe de marchands par rapport aux autres. Les hiérarchies de niveaux d'affaires entre les marchands sont en effet elles aussi relativement stables : la dispersion entre les quartiles est en effet comparable entre les années 1740-1755 et les années 1780-1785, les détaillants les plus puissants ayant un niveau d'affaires sept à huit fois plus important que les plus modestes.

Rapports entre les niveaux d'affaires moyens de chaque quartile	Années 1740	Années 1780
4e quartile/1e quartile	7,9	8,6
4e quartile/2e quartile	3,2	3,6
4e quartile/3e quartile	1,8	2,0

La portée de ces résultats ne doit pas être surestimée : rien ne dit en effet que les inventaires qui nous sont parvenus pour les deux dates soient pleinement représentatifs des milieux du commerce de l'époque. Il est toutefois notable que pour les deux césures, les niveaux d'affaires des détaillants lorrains soient comparables à ceux d'autres régions de l'espace français⁴⁸⁶. A Angers, les dettes passives chirographaires des plus petits détaillants déposant leur bilan entre 1740 et 1759 sont comprises entre 2250 liv. t. (minimum de la période 1740-1748) et 4081 liv. t. (minimum de la période 1758-1759) - soit entre 2900 et 5270 liv. l.⁴⁸⁷ Ces chiffres sont du même ordre de grandeur que les détaillants du premier quartile. Les chiffres cités par S. Chassagne sont plus erratiques pour la fin du siècle, et ne permettent pas de comparaison satisfaisante. Les plus solides détaillants lorrains avaient quant à eux un niveau d'affaires comparable à celui des bons boutiquiers ou des petits grossistes toulousains : sur les 22 marchands faillis appartenant à l'élite du commerce de la ville étudiés par G. Marlière pour la période 1778-1788, un comptait 14.212 liv. t. de dettes passives

⁴⁸⁵ Sur les six marchands endettés pour moins de 2.000 liv. l., trois sont actifs dans des villes et un dans un bourg.

⁴⁸⁶ Pour Lyon, voir : Maurice GARDEN, « Aires du commerce lyonnais au XVIIIème siècle », in Pierre LEON (dir.), *Aires et structures du commerce français au XVIIIe siècle*, Paris, CNRS, 1973, pp. 265-300 ; Pour Toulouse, voir : G. MARINIÈRE, « Les marchands d'étoffes de Toulouse à la fin du XVIIIe siècle », *Annales du Midi*, 70, 1958, 3, p. 251 à 308 ainsi que Jean SENTOU, « Faillites et commerce à Toulouse en 1789 », *AHRF*, 1953, p. 217 à 256) ; pour Angers, voir : Serge CHASSAGNE, « Faillis en Anjou au XVIIIe siècle. Contribution à l'histoire économique d'une province », in *Annales ESC*, 25-2, 1970, pp. 477-497 (les chiffres en question sont à la p. 486).

⁴⁸⁷ CHASSAGNE, « Faillis en Anjou au XVIIIe siècle », p. 486.

chirographaires et sept entre 20.000 et 50.000 liv. t. – ce qui les place au niveau du quatrième quartile des détaillants lorrains de ces mêmes années⁴⁸⁸. Par ses niveaux d'affaires et ses hiérarchies internes, le commerce lorrain semble donc en définitive assez représentatif des activités marchandes propres à l'espace français.

Les marchandises présentes en stock

Les stocks marchands étaient marqués par le poids écrasant des étoffes : chez les marchands de la première césure, elles représentent en valeur exactement les deux tiers des produits inventoriés ; chez ceux de la seconde période, 63,7 %. Chez plus de la moitié des marchands répertoriés ici, les étoffes constituent au moins les deux tiers des stocks : 22 sur 38 dans le premier échantillon, 44 sur 85 dans le second. Chez quatre marchands sur cinq dans le premier échantillon – 31 sur 38 – et chez trois sur cinq dans le second – 49 sur 85 -, les étoffes forment plus de la moitié des stocks. Dans l'ensemble, si l'on prend en compte le poids des étoffes et des accessoires de parure, les produits liés au vêtement équivalent à 85 % des marchandises en valeur dans le premier échantillon et à 77 % dans le second.

Ventilation des marchandises dans les stocks des marchands détaillants	Années 1740-1755	Années 1780-1785
Etoffes	66,7	63,7
Accessoires de parure	18,0	13,1
Mercerie	3,2	3,5
Épicerie et droguerie	5,5	13,7
Équipement des intérieurs	0,6	0,6
Matières premières	4,8	3,9
Librairie et papeterie	0,2	0,4
Accessoires de boutique	1,0	1,0

Même si l'on ne peut une fois de plus affirmer que notre échantillon de marchands soit pleinement représentatif de la population commerçante, de telles proportions interpellent. Elles témoignent de l'importance de la parure dans l'économie d'Ancien Régime, mais aussi de la place encore limitée des autres commodités en circulation. Le poids des accessoires de parure dans les fonds des marchands reflète par ailleurs le fonctionnement de l'économie du vêtement au XVIII^e siècle : on reprisait et on transformait en effet les vêtements plus fréquemment qu'on ne s'en faisait tailler de nouveaux⁴⁸⁹. Les produits de mercerie n'occupent pour leur part une place importante que chez quelques commerçants seulement, de même que les produits d'épicerie. La mercerie ne représente en valeur que 3,2 % du contenu des inventaires de la première césure, et 3,5 % de la seconde. Dans le premier cas, seuls cinq marchands sur 38 comptent plus de 10 % de produits de mercerie dans leurs stocks, et 17 sur

⁴⁸⁸ MARINIÈRE, « Les marchands d'étoffes de Toulouse à la fin du XVIII^e siècle », p. 283. Les niveaux d'affaires des marchands toulousains faillis en 1789 sont sans surprise du même ordre de grandeur (SENTOU, « Faillites et commerce à Toulouse en 1789 » : montants des actifs et des passifs, pp. 224-225).

⁴⁸⁹ Daniel ROCHE, *La culture des apparences*, Paris, Seuil, 1998, pp. 279-312.

85 dans le second : ce type de produits contribue donc surtout à constituer chez un certain nombre de marchands des spécialisations partielles au sein de stocks diversifiés. Rares sont ceux chez qui la mercerie formait une spécialisation absolue : chez aucun marchand de la première césure ces types de produits ne représentaient plus de la moitié des stocks, et ce qui est le cas de quatre commerçants de la seconde seulement.

Il en va de même pour les produits d'épicerie, dont la proportion dans les inventaires passe de 5,5 % à 13,7 % entre les deux périodes. Dans les années 1780 chez sept marchands sur 85 les produits d'épicerie comptaient pour plus de la moitié des stocks, et même chez 13 sur 85 pour plus du tiers. Ces chiffres étaient nettement plus modestes dans les années 1740 et 1750 : un seul marchand sur 38 ayant plus de la moitié de son stock en épiceries, et trois plus du tiers. Vu le mode de constitution des échantillons, cette progression ne nous autorise pas à conclure à une diffusion croissante des produits d'épicerie en Lorraine⁴⁹⁰. Nos chiffres suggèrent quoi qu'il en soit que la consommation de produits d'épicerie était suffisamment importante dès le milieu du siècle pour générer des spécialisations commerçantes.

La mise en évidence de spécialités marchandes

Les documents employés jusqu'ici ne nous ont pas permis de décrire adéquatement les activités des marchands détaillants. Les rôles de la subvention, une de nos principales sources pour l'étude de la démographie commerçante, se contentent généralement d'indiquer la mention professionnelle de « marchand », sans préciser de spécialisation⁴⁹¹. Une telle absence de précision est délicate à interpréter : s'agit-il de négligence de la part des collecteurs d'impôts ? Il est dans ce cas difficile de comprendre pourquoi la spécialisation est indiquée pour certains commerçants mais pas pour d'autres. Il est en réalité possible que bon nombre de commerçants soient en réalité des marchands généralistes, vendant des marchandises de toute sorte : la plupart des boutiques seraient alors des « magasins généraux » écoulant des produits de tous les types. C'est l'hypothèse formulée par H.-C. et L. Mui dans leur étude de la boutique dans l'Angleterre du XVIIIe siècle⁴⁹². Cela semble en réalité peu plausible : beaucoup de marchands, notamment à Nancy, avaient de toute évidence un niveau d'affaires très restreint, qui ne leur permettait pas de proposer une offre très étendue de marchandises. L'analyse des dossiers des patentes pour Bar-le-Duc et Lunéville montre par ailleurs que beaucoup de détaillants se livraient à des combinaisons d'activités – comme la mercerie et l'épicerie, ou la draperie et la mercerie⁴⁹³. L'analyse précise des inventaires de faillite des détaillants indique que si un certain nombre de commerçants proposaient des marchandises de toutes les catégories, il est excessif de décrire leurs boutiques en termes de « magasins généraux » : les activités des marchands étaient en réalité organisées autour d'un cœur d'activités, et trois grands profils de spécialisation pouvaient être repérés.

Il est possible de mettre en évidence un certain nombre de spécialisations marchandes en s'appuyant sur les produits contenus dans les inventaires de faillite⁴⁹⁴. Nous sommes partis des huit grandes catégories de marchandises mises en évidence précédemment et de leur part

⁴⁹⁰ Celle-ci est cependant plausible : les prix des marchandises coloniales, notamment le sucre, sont en baisse dans la seconde moitié du XVIIIe siècle, alors que ceux des étoffes connaissent vraisemblablement une hausse modérée (Henri HAUSER, *Recherches et documents sur l'histoire des prix en France de 1500 à 1800*, Paris, Les Presses Modernes, 1936, p. 496).

⁴⁹¹ H.-C. et L. MUI remarquent le même phénomène lors des dépôts de faillite des commerçants britanniques (*Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, Kingston, Mc Gill University Press et Londres, Routledge, 1989, pp. 47-48).

⁴⁹² MUI et MUI, *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, pp. 47-48.

⁴⁹³ MUI et MUI, *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, p. 56.

⁴⁹⁴ Sur l'établissement d'une typologie des marchands, voir Pierre JEANNIN, *Les marchands au XVIe siècle*, Paris, Seuil, 1957, pp. 37-44.

en valeur dans les stocks pour élaborer statistiquement une typologie des commerçants. Nous ne tenons pas compte dans notre analyse des niveaux d'affaires, puisqu'il s'agit ici de repérer des profils de spécialisation. Vu la nature des données – des pourcentages de répartition entre plusieurs catégories – il est préférable pour ce faire de recourir à la méthode des analyses en composantes principales. Pour mener à bien ce traitement, nous nous appuyons sur les 85 marchands détaillants dont nous avons étudié les stocks pour les années 1780 : nous nous en tenons à cette césure, car nous entendons comparer nos résultats avec les données des rôles d'impositions, qui sont comme on l'a vu plus détaillés quant aux spécialisations commerciales pour la fin du siècle.

Les résultats de l'analyse sont statistiquement significatifs : le premier axe factoriel explique à lui seul 38,3 % de la variance et le deuxième 19,0 %. Le premier oppose de manière nette les étoffes et les autres produits. Le deuxième oppose les accessoires de parure et la petite mercerie d'un côté à l'épicerie, aux livres et aux accessoires intérieurs de l'autre. De fait, le classement des commerçants en groupes hiérarchisés laisse apparaître trois profils marchands, rassemblés autour de cœurs d'activité cohérents. Le premier regroupe les purs vendeurs d'étoffes, chez qui ce type de produits représente la quasi-totalité des stocks : on retrouve dans cette catégorie les marchands-drapiers et marchands de toiles repérés à Bar-le-Duc ou Lunéville dans les années 1790. Le deuxième ensemble est composé des marchands chez qui prédominent la passementerie et les petits accessoires de mercerie : sans que les étoffes soient totalement absentes chez eux, elles n'occupent qu'une toute petite partie des stocks. Le type marchand associé à ce profil d'activité est le mercier, abondamment représenté à Lunéville et Bar-le-Duc. Dans le troisième groupe enfin, on retrouve les marchands vendeurs de mercerie, chez qui les produits d'épicerie sont surreprésentés voire prédominants : ces commerçants, nombreux à Bar-le-Duc et Lunéville, sont des merciers-épiciers. Le tableau suivant présente la structure des stocks de chacun de ces types de commerçants.

Présence des types de marchandises dans les stocks (niveau médian en %)	Etoffes	Passementerie	Mercerie	Epicerie et droguerie	Equipement des intérieurs	Matières premières	Librairie et papeterie	Accessoires de boutique
Drapiers	79,1	11,4	0,8	0,4	0,0	1,5	0,0	0,4
Merciers	2,1	40,0	13,0	0,9	0,9	9,8	0,6	1,6
Merciers-épiciers	0,0	1,9	6,8	57,2	4,3	3,5	2,3	7,1

Au sens strict, un certain nombre de marchands étaient des « vendeurs de tout » : parmi les marchands d'étoffes, plusieurs vendaient un peu de produits d'épicerie et quelques petits accessoires de mercerie. De même, plusieurs merciers vendaient quelques pièces d'étoffes. Cela suffisait-il à en faire des marchands généralistes ? De toute évidence, non. Les quelques marchandises ainsi proposées servaient en fait de produits d'appel à destination des clients : ils pouvaient à l'occasion de leurs visites à la boutique d'étoffes se procurer d'autres biens en petites quantités, et réaliser ainsi des achats de complément. La boutique devenait attractive, en permettant de couvrir différents besoins. C'était sans doute le cas dans certaines campagnes assez reculées.

Ces trois grands types de spécialisation ne sauraient épuiser toutefois la diversité commerçante de la province. Il s'agit sans doute ici des plus répandus, qui n'excluent pas des combinaisons particulières d'activités ou d'autres spécialisations.

1) Les dossiers de faillite déposés ainsi que les rôles de la taxe des Ponts et Chaussées de la ville de Nancy de 1785 laissent apparaître d'autres spécialités commerciales non représentées dans les inventaires dépouillés ici : neuf libraires, 14 marchandes et marchands de modes, deux marchands de verre, deux marchands de faïence, etc.⁴⁹⁵ Ces spécialistes de biens de consommation spécifiques étaient sans doute fort peu représentés en-dehors des plus grandes villes.

2) Il faudrait également tenir compte dans notre classification des modalités d'activité des marchands : l'analyse des inventaires suggère que plusieurs d'entre eux n'avaient pas de boutique. Les ballots, charrettes et animaux de trait qu'ils possédaient laissent ainsi supposer qu'ils étaient commerçants ambulants. **Des exemples.**

3) Etant donné le caractère instable de leurs activités, nous ne voyons pas apparaître dans les bilans de faillite de villageois ou de pauvres habitants des villes participant de manière occasionnelle ou secondaire au commerce en revendant quelques produits de leur cru ou contribuant à la redistribution de quelques commodités. Nous avons cependant suggéré dans la première partie de ce travail que ce type d'activités était sans doute en augmentation dans le dernier tiers du XVIII^e siècle, singulièrement dans les villes (marchands d'éventails, marchands de fleurs, etc.).

1.1.3. Détaillants et grossistes

Les informations dont nous disposons sur les détaillants – niveau d'affaires, type de spécialisation, lieu de résidence – nous permettent d'étudier les déterminants du recours aux marchands-grossistes. Pour ce faire, nous allons nous appuyer sur les inventaires des années 1770 et 1780, pour lesquels nous avons déjà étudié dans la première partie de ce travail les principes d'installation sur le territoire. Cet échantillon a le mérite de réunir des marchands d'envergures et de spécialités différentes, installés dans tous les types de localités : quelques traitements statistiques simples vont nous permettre de formuler quant à la place des marchands-magasiniers dans les approvisionnements des commerçants quelques hypothèses, que nous allons ensuite tester par régression logistique.

Les différentiels de recours aux marchands-magasiniers : quelques hypothèses

Le degré de recours des détaillants aux grossistes a été calculé pour les quatre catégories de commerçants – correspondant chacune comme on l'a vu plus haut aux quatre quartiles de la hiérarchie des dettes passives. Les plus petits marchands réalisaient 72,8 % de leurs achats dans la province, les marchands d'envergure médiocre – ceux du deuxième quartile - 67 %, et les marchands solides – le troisième quartile – 60,5 %. Sans grande surprise, la corrélation est forte entre niveau d'affaires et part des achats effectuée en Lorraine⁴⁹⁶.

⁴⁹⁵ Archives Municipales de Nancy, CC 798 (Rôles des impositions des Ponts et Chaussées, 1785).

⁴⁹⁶ Le calcul du coefficient de corrélation entre niveau moyen des créances et proportion moyenne des achats dans la province est de -0,998, ce qui est très élevé.

Recours des marchands détaillants aux marchands magasiniers (années 1780)	Niveaux d'affaires moyens des marchands par quartile (en liv. l.)	Part des dettes dues en Lorraine	Part des dettes dues à des marchands-magasiniers	Part des dettes dues à d'autres marchands lorrains
1e quartile	3146,46	72,8	39,0	33,8
2e quartile	7471,75	67,0	40,1	26,9
3e quartile	13653,28	60,5	35,2	25,3
4e quartile	26915,56	41,3	30,5	10,8

Les détaillants sont donc dans une large mesure dépendants des commerçants ou des producteurs locaux pour la constitution de leurs assortiments. Signe de leur importance économique cruciale dans la province, les marchands-magasiniers représentent 64,7 % de ces fournitures locales sur l'ensemble de l'échantillon - et même près de 74 % chez les plus gros marchands : parmi les achats effectués en Lorraine, les modes de fourniture alternatifs, qu'il s'agisse des fabriques locales, des grossistes de faible envergure ou des détaillants pratiquant à l'occasion le commerce de demi-gros, sont minoritaires dans toutes les catégories.

Dans l'ensemble, le recours aux marchands-magasiniers est très important dans toutes les catégories de marchands détaillants : ils représentent autour de 40 % des fournitures chez les marchands les plus modestes, mais encore 30 % chez les plus importants. Le lien entre faiblesse du niveau d'affaires et recours massif aux grossistes importateurs n'est ainsi pas très net⁴⁹⁷. Beaucoup de marchands détaillants solides voire importants se fournissaient massivement auprès des marchands-magasiniers. Dans notre échantillon, six marchands du troisième quartile sur vingt effectuaient plus de la moitié de leurs approvisionnements chez les grossistes lorrains – les mêmes chiffres se retrouvant pour le quatrième quartile. Sur ces douze commerçants, six viennent de petits villages et trois de petits bourgs : ces marchands avaient sans doute des difficultés à s'intégrer aux circuits du grand commerce interrégional⁴⁹⁸. Il était probablement plus aisé pour eux de s'approvisionner directement auprès des grossistes des principales villes des Duchés, que de passer commande auprès de marchands extérieurs. En effet, l'expédition des lettres, qui passait par Nancy, pouvait être malaisée et longue, et l'expédition des marchandises depuis l'extérieur devait emprunter des circuits complexes, qui en définitive dépendaient des marchands-magasiniers de Nancy. Jouait ainsi un effet-localité dans le recours aux marchands-magasiniers, les commerçants des bourgs et des villages étant à niveau d'affaires équivalent plus enclins à faire appel à leurs services que ceux des villes.

A contrario, un nombre important de détaillants modestes recouraient à l'importation : chez les plus petits marchands, 27,2 % des créances étaient ainsi dues en dehors de la province ; chez les commerçants d'envergure médiocre, ce chiffre atteignait 33 %. Parmi les commerçants du premier quartile, cinq sur vingt effectuaient ainsi moins de la moitié de leurs achats en Lorraine, et autant parmi ceux du deuxième quartile. Comment cela était-il

⁴⁹⁷ Le calcul du coefficient de corrélation entre niveau moyen des créances et proportion moyenne des achats donne un résultat de -0,958 – ce qui est assez élevé. Cependant, le même calcul réalisé cette fois-ci à partir des marchands individuels et non des catégories de niveaux d'affaires, donne un résultat de -0,135 : la corrélation est n'est ainsi pas significative, ce qui suggère l'existence d'une multitude de paramètres déterminants.

⁴⁹⁸ Ranfaing de Dompair (village), Dingen de Colombey-les-Belles (village), Roulot de Hurbache (village), Clairat de Vioménil (village), Godart de Monthureux-sur-Saône (bourg), Brabenders de Corny-sur-Moselle (village).

possible ? Les détaillants étaient en fait souvent hautement spécialisés, se tournant fréquemment vers une ou deux catégories de produits différents. Le degré de spécialisation des commerçants peut être mesuré grâce au niveau de la part de la catégorie de produits la plus représentée dans les stocks : un marchand-drapier chez qui les étoffes représentent 97 % des stocks est ainsi très spécialisé ; un autre marchand-drapier chez qui ces mêmes étoffes ne représentent que 70 % des stocks l'est sensiblement moins : sa boutique propose d'autres types de marchandises. Le tableau suivant indique le degré de spécialisation des marchands par quartile.

Degré médian de spécialisation par quartile en %	
1e quartile	61,6
2e quartile	75,4
3e quartile	68,4
4e quartile	83,7
Ensemble	73,8

Beaucoup de marchands petits ou moyens avaient ainsi des besoins agrégés en certains biens suffisamment importants pour que des commandes passées à l'extérieur de la province soient rentables. Si un marchand vend en effet un peu de tout, il doit composer ses assortiments à partir de petits achats très fragmentés : les produits vendus étant de multiples provenances, il lui faudrait compter sur une multitude de filières marchandes pour constituer ses approvisionnements. Cela pourrait lui revenir très cher en termes de coûts de transaction et de frais de transport s'il s'adressait à des fournisseurs extérieurs à la province – surtout si les achats sont de très faible niveau⁴⁹⁹. Tous ces frais seraient par contre singulièrement limités s'il s'adressait à des grossistes des grosses villes des environs : l'information sur les produits est plus aisée, de même que la surveillance des approvisionnements, et l'expédition des marchandises est sensiblement moins onéreuse. La diversité des types d'achats, combinée à la faiblesse du niveau des affaires, rend donc plus intéressant de passer par des grossistes chez qui l'on peut à sa guise composer des assortiments que de recourir à des marchands extérieurs à la province. A l'inverse, lorsque l'on n'achète qu'un seul type de produits, il est possible de faire des achats groupés et en grandes quantités à l'extérieur. L'analyse du recours des détaillants aux marchands grossistes selon leurs spécialités laisse entrevoir une réalité un peu plus complexe : le niveau de spécialisation n'est sans doute pas également déterminant selon les spécialités commerciales.

⁴⁹⁹ Julien VILLAIN, « Espaces et filières d'un commerce de gros et de demi-gros au XVIIIe siècle : les activités commerciales des 'marchands-magasiniers' lorrains (années 1750 et 1760) », in Corine MAITTE, Philippe MINARD et Matthieu DE OLIVEIRA (dir.), *La gloire de l'industrie. Faire de l'histoire avec Gérard Gayot*, Rennes, Presses Universitaires, 2012, pp. 127-144.

Niveau médian de recours des marchands détaillants à différents types de commerçants (en %)	Ensemble des marchands lorrains	Marchands-magasiniers
Marchands-drapiers	83,7	38,7
Merciers	60,8	8,5
Merciers-épiciers	35,0	22,2

En réalité, alors que le niveau d'affaires des marchands des trois grandes spécialités est du même ordre, il semblerait que les différentiels de recours aux marchands-magasiniers soient extrêmement marqués. De loin, ce sont les marchands d'étoffes qui utilisent le plus leurs services, avec un niveau médian de 38,7 % - et même des approvisionnements en Lorraine atteignant 83,7 %. Cela s'explique sans doute par la très grande diversité des marchandises que les commerçants en étoffes devaient proposer à leurs clients : étant dans l'impossibilité de faire des achats directs dans un nombre important de places de commerce, il leur fallait pour un certain nombre de produits recourir à des achats auprès de grossistes. A l'inverse, les achats d'épicerie se faisaient essentiellement à Lyon et aux Provinces-Unies auprès de grossistes et de commissionnaires d'achat : il n'était donc pas indispensable à un épicier de démultiplier les relations marchandes pour constituer ses stocks, des rapports avec deux ou trois bonnes maisons d'Amsterdam et de Lyon étant suffisants. Cela explique donc l'importance des relations avec l'extérieur (la médiane est à 65 %) et la faible part des marchands-magasiniers dans les fournitures – 22,2 % de valeur médiane. L'interprétation des résultats pour les merciers est plus complexe : le niveau particulièrement bas du niveau médian de recours aux marchands-magasiniers (8,5 %) tient sans doute beaucoup à la localisation frontalière de plusieurs de ces commerçants. Par ailleurs, une bonne partie des merciers étaient spécialisés dans un ou deux types de produits, ce qui leur permettait là encore de limiter les lieux d'approvisionnement. L'importance de l'écart entre le recours aux marchands lorrains et aux grossistes s'explique par leur recours massif à d'autres acteurs - fabricants sans doute, mais aussi vraisemblablement marchands de plus petite envergure. Cela peut s'expliquer par la petitesse des quantités nécessaires pour se constituer des stocks : il n'était ainsi pas nécessaire de s'adresser à un grossiste, puisqu'un solide détaillant des environs ou de la ville pouvait faire l'affaire⁵⁰⁰. De plus, il se peut que nombre de petits marchands spécialisés aient préféré se fournir en invendus auprès de marchands détaillants des environs, vendus potentiellement à prix intéressants, plutôt que de se procurer des marchandises fraîches chez les grossistes⁵⁰¹.

Plus que le niveau d'affaires, c'est le degré et la nature de la spécialisation qui expliquaient le recours aux marchands-magasiniers. Comment de petits commerçants pouvaient-ils passer des commandes hors de la province ? Il fallait pour cela qu'ils soient en relation avec des marchands d'autres régions, et qu'ils puissent faire acheminer aisément les commandes jusque dans leur localité de résidence. C'était en réalité le cas, pour des raisons diverses, de nombre de marchands de petite ou médiocre envergure. Chez certains de ces commerçants, un effet-localisation jouait certainement. Plusieurs d'entre eux vivaient en effet

⁵⁰⁰ Sans compter que certains tout petits marchands pouvaient bien être des revendeurs pour le compte de détaillants – ce que malheureusement les inventaires de faillite ne nous permettent pas de documenter.

⁵⁰¹ Les stocks des petits marchands, notamment ruraux, seraient donc constitués des rebuts des solides marchands des villes, enregistrant ainsi avec des contretemps les mutations de l'offre.

dans des localités situées à proximité de la frontière⁵⁰². Résidant près de grands pôles commerçants comme Metz ou Troyes, il leur était sans doute plus profitable de se rendre à ces rencontres périodiques que de recourir aux services des marchands grossistes de Nancy, ce qui leur causerait des frais d'intermédiation supplémentaires et les empêcherait de sélectionner les marchandises qu'ils désirent. Les petits marchands ambulants effectuaient en particulier une part très faible de leurs fournitures en Lorraine ou auprès des grossistes de la province, préférant les achats à l'extérieur. Il leur était aisé de se rendre dans les lieux de production des marchandises, souvent l'Allemagne ou la Franche-Comté, ou tout du moins de fréquenter les foires alsaciennes où les marchands allemands exposaient leurs marchandises.

Une évolution de la fonction des marchands-magasiniers au cours du siècle ?

La comparaison entre les données des années 1740 et des années 1780 laisse apparaître le maintien sur le demi-siècle de la position dominante des marchands-magasiniers des grandes villes dans le commerce intérieur de la province. Leur prééminence connaît cependant une érosion – différenciée selon les niveaux d'affaires des commerçants. L'échantillon de marchands des années 1740 montre que les achats effectués en Lorraine étaient très importants chez tous les commerçants, et ce quelle que soit leur envergure. Tout comme à la fin du siècle, les commerçants les plus modestes étaient ceux qui faisaient le plus d'achats dans la province, les marchands les plus importants ayant tendance à importer une part certaine de leurs stocks.

Recours des marchands détaillants aux marchands magasiniers (années 1740-1755)	Niveaux d'affaires moyens des marchands par quartile (en liv. l.)	Part des dettes dues en Lorraine	Part des dettes dues à des marchands-magasiniers	Part des dettes dues à d'autres marchands lorrains
1e quartile	4242,25	81,4	51,9	29,5
2e quartile	10527,43	78,2	54,6	23,6
3e quartile	18874,2	66,6	42,4	24,2
4e quartile	33465,18	35,4	20,2	15,2

Il est frappant cependant de constater la baisse généralisée entre les années 1740 et les années 1780 de la part des achats effectués en Lorraine dans les trois premiers quartiles : assez uniforme, elle est d'une quinzaine de points environ dans chaque catégorie. La baisse globale des achats locaux tient au recul des achats auprès des grossistes, que la promotion des manufactures locales ne vient pas pleinement compenser. Le phénomène est assez contre-intuitif, puisque la seconde moitié du XVIIIe siècle est marquée par le développement des manufactures lorraines : apparaissent ainsi dans les relevés de dettes passives plus fréquemment que dans les années 1740 les marchands-fabricants d'étoffes de Sainte-Marie-aux-Mines ou du Pays-Haut, ainsi que la Manufacture Royale de toiles de coton de Bar-le-Duc. Il semblerait que la désaffection des marchands-magasiniers au cours de la seconde moitié du siècle soit surtout le fait des plus petits commerçants : sans qu'ils se soient

⁵⁰² Un sur cinq dans le premier quartile : Pierrat du Ménil ; trois sur cinq dans le deuxième quartile : Schacker (marchand roulant), Méget de Neufchâteau, Fondrion de Haréville.

davantage tournés vers les autres filières locales d'approvisionnement – commerçants ou fabricants -, ils ont semble-t-il accru leurs importations. La proportion des créances des grossistes lorrains chez les marchands solides ou importants est quant à elle stable entre les années 1740 et les années 1780 : chez eux, ce sont au contraire les approvisionnements en Lorraine qui s'effondrent, au point de quasiment disparaître chez les plus importants.

Les progrès des manufactures lorraines n'ont donc manifestement pas été suffisamment décisifs pour entraîner des substitutions massives aux importations : de fait, une bonne partie de la poussée de la circulation des marchandises en Lorraine dans la seconde moitié du XVIII^e siècle est imputable à des produits étrangers. Il se peut en effet que les marchands les plus solides, ou que les commerçants ambulants, aient désormais de plus en plus recours aux achats en droiture à l'extérieur. La baisse du coût relatif des transports – calculé par rapport au prix des marchandises à acheminer – est peut-être en cause, tout comme l'envoi croissant tout au long du siècle de commis-voyageurs par les marchands-fabricants extérieurs, qui permettent aux détaillants d'accéder directement à l'information sur les produits en se passant du maillon des grossistes importateurs.

Ainsi donc, si les marchands-magasiniers conservaient une place importante dans le commerce de la province à la fin du XVIII^e siècle, leur rôle était différencié selon les profils d'activité des marchands détaillants. Pour des raisons diverses, les plus petits et les plus gros détaillants n'avaient qu'assez peu recours à leurs services, ces derniers s'approvisionnant directement à l'extérieur, les premiers s'appuyant sur les autres marchands détaillants de la province. Parmi les petits marchands, il semblerait que les commerçants ambulants aient été les moins enclins à se fournir à l'intérieur des Duchés, se rendant directement sur les foires ou dans les lieux de production extérieurs. En définitive, le gros de la clientèle des marchands-magasiniers était composé de marchands modestes et médiocres souvent spécialisés dans le commerce des étoffes. Le lieu d'installation des détaillants avait également une incidence sur le niveau de leur recours aux grossistes : ainsi, bien des marchands de bonne envergure installés dans les campagnes recouraient massivement aux marchands-magasiniers, par commodité d'acheminement des marchandises.

1.2. Les espaces de la desserte du commerce de gros et demi-gros

La ventilation géographique des dettes actives des marchands-magasiniers fait apparaître trois traits spécifiques de leur clientèle : l'extension assez modeste des aires de chalandise – reflet du rayonnement commercial limité des grandes agglomérations -, la surreprésentation des marchands lorrains ou évêchois dans la clientèle – ce qui est en cohérence avec l'observation précédente -, et le poids important des marchands des petites villes, des bourgs et des villages.

1.2.1. Le rayonnement des grandes places commerciales régionales : entre extension et concurrence

Les relevés de dettes actives des marchands-magasiniers dont nous disposons concernent sept commerçants de Nancy et un de Bar-le-Duc - soit les deux principaux pôles commerciaux des Duchés. L'aire de chalandise des grossistes de ces deux places s'étendait sur une centaine de km autour de leur lieu de résidence.

Ventilation géographique des dettes actives des marchands-magasiniers	Courtois (Nancy)	Courtois 1754 (Nancy)	Garnier (Bar-le-Duc)	Gérard 1739 (Nancy)	Gérard et Toustain (Nancy)	Henry (Nancy)	Mazerand (Nancy)	Vétier (Nancy)
< 15 km	22,8	27,7	16,4	19,1	13,2	17,4	8,3	15,5
15 à 30 km	21,7	19,3	17,6	31,3	19,8	7,4	8,0	0,1
30 à 60 km	18,8	32,8	29,2	17,1	13,5	34,2	12,8	58,7
60 à 120 km	18,7	18,4	29,6	32,4	51,4	40,7	60,1	25,6
> 120 km	18,0	1,8	7,2	0,1	2,1	0,3	10,8	0,0
Montant total des dettes actives en liv. l.	25675,65	20730	202324,2	76083,25	212055	127499,6	120094	14250

Dans l'ensemble, les deux tiers des ventes des marchands-magasiniers se faisaient à moins de 60 km de leur lieu de résidence. Peu de marchands écoulaient des marchandises à plus de 120 km de leur domicile : on peut ainsi considérer cette borne comme la limite de l'influence commerciale de Nancy ou de Bar-le-Duc. Les clients des grossistes de Nancy se recrutaient de fait sur tout le territoire des Duchés, avec cependant une nette prééminence des espaces centraux et méridionaux : les Vosges et leurs contreforts, le bassin de Nancy, la Woëvre et le pays de Pont-à-Mousson. Le nord-est des Duchés, en particulier l'ancien bailliage d'Allemagne, semblait largement échapper à leur influence. Le marchand barrisien Antoine Garnier réalisait quant à lui la plus grande partie de ses ventes dans le Barrois, ainsi que dans les espaces évêchois les plus proches. Si la position de nœud routier de Nancy permettait sans doute à la ville de rayonner plus largement que Bar-le-Duc, on ne peut donc pas parler de domination nancéienne sur les approvisionnements aux détaillants de la province.

Dans leur aire de rayonnement, les principales places commerciales étaient concurrencées par de plus modestes. Dès les années 1730 au moins, nombre de petites villes comptaient des marchands grossistes, ce qui limitait la prééminence des marchands-magasiniers de Nancy. De nombreux pôles commerciaux exerçant des fonctions dans le commerce de gros dans un rayon de 60 km autour de Nancy, des substitutions voire des mises en concurrence des commerçants des différentes places étaient possibles. C'était en particulier le cas dans la Plaine vosgienne, où l'influence de Nancy était battue en brèche par celle de Neufchâteau, Mirecourt, Lunéville, Epinal voire Saint-Dié.

Répartition géographique des dettes passives de marchands de la Plaine vosgienne	Charles-François Aubry (Bayon)		Pierre Ducloux (Martigny)		François-Gabriel Gérard (Vaudémont)		Joseph Michelant (Rambervillers) 1		Joseph Michelant (Rambervillers) 2	
	Distance à chaque localité en km	Part des créances dans chaque localité en %	Distance à chaque localité en km	Part des créances dans chaque localité en %	Distance à chaque localité en km	Part des créances dans chaque localité en %	Distance à chaque localité en km	Part des créances dans chaque localité en %	Distance à chaque localité en km	Part des créances dans chaque localité en %
Nancy	33	78,4	95	5,6	38	39,0	67	66,0	67	3,4
Lunéville	20	7,9	112		45		35		35	0,0
Epinal	46		62	14,6	50	11,0	26	3,9	26	
Mirecourt	35		41	38,7	17	17,4	47		47	0,0
Neufchâteau	62		39	33,9	44	8,2	85		85	
Saint-Dié	71		113		96		30	12,6	30	34,0
Autres		13,7		7,3		24,4		17,5		55,3
Dettes commerciales en liv. l.		2186		4406		9781		32058		8175

1.2.2. La prééminence des marchands des Duchés dans la clientèle

Le rayon de 120 km de l'aire de chalandise des marchands-magasiniers explique la place prépondérante qu'occupent les Duchés dans leurs affaires. Les ventes à l'extérieur de la province, qui correspondaient essentiellement à du commerce de réexportation, se faisaient surtout dans les espaces circonvoisins - Evêchés, Franche-Comté et Champagne essentiellement. Encore faut-il noter que la place de la réexportation était plus forte chez le marchand de Bar-le-Duc, installé à proximité de la frontière des Evêchés, que chez les marchands de Nancy.

Ventilation géographique des dettes actives des marchands-magasiniers	Courtois (Nancy)	Courtois 1754 (Nancy)	Garnier (Bar-le-Duc)	Gérard 1739 (Nancy)	Gérard et Toustain (Nancy)	Henry (Nancy)	Mazerand (Nancy)	Vétier (Nancy)
Duchés	68,9	67,7	59,5	89,1	86,3	79,6	87,9	88,2
Evêchés	14,5	12,4	31,1	10,9	13,0	18,1	4,9	1,7
Empire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,7
Alsace	0,9	1,2	0,0	0,0	0,0	0,1	1,1	9,2
Franche-Comté	5,4	6,9	0,0	0,0	0,0	0,0	5,7	0,0
Cinq Grosses Fermes	0,0	0,0	8,7	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2
Pays-Bas	10,2	11,8	0,6	0,0	0,2	2,2	0,0	0,0
Provinces-Unies	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
Suisse	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Chez les marchands-magasiniers de Nancy, les ventes en Lorraine ducale ne représentaient jamais moins de 70 % de l'ensemble - encore que Courtois semble une exception : chez les autres marchands, on atteint 80 % et même 97 % chez Gérard et Toustain. La place des Evêchés dans les ventes était assez modeste chez les marchands de Nancy, ne dépassant jamais 15 % de l'ensemble. Les ventes en-dehors de l'espace lorrain proprement dit étaient encore plus restreintes, dépassant rarement les 5 %, et concernent des espaces proches. Le commerce de réexportation occupe ainsi une place modeste chez les marchands grossistes de Nancy, que l'on peut estimer à 10 ou 15 % des ventes. Elle est néanmoins nettement plus forte chez le marchand de Bar-le-Duc : Evêchés et intérieur du Royaume compris, c'est plus du tiers de ses ventes qui relèvent de la réexportation⁵⁰³.

La place des Evêchés tient dans une large mesure au commerce de réexpédition auquel les marchands-magasiniers lorrains se livraient. Les espaces frontaliers de l'intérieur des Cinq Grosses Fermes ont ainsi un poids important chez le marchand de Bar-le-Duc, malgré les entraves considérables à l'importation de marchandises lorraines dans l'espace français. C'est selon toute vraisemblance le signe de l'importance dans ses affaires de la contrebande des indiennes, abondamment représentées dans ses stocks.

1.2.3. La clientèle des marchands-magasiniers, un miroir de l'appareil commercial des espaces lorrains

Les marchands-magasiniers desservant plutôt les détaillants d'envergure médiocre ou modeste, les relevés de leurs dettes actives nous permettent de dresser un tableau de la localisation de ce type de commerçants sur le territoire. Cela complète donc de manière satisfaisante notre étude de l'appareil commercial des différentes localités. Nous reprenons ici la typologie des localités employée en première partie.

⁵⁰³ On notera que ces chiffres tendent à confirmer les évaluations du commerce de réexportation présentées dans les écrits de polémique douanière, les évaluant autour de 20 à 25 % du total des importations. Il faudrait ainsi tenir compte du fait que la place de ces réexportations est plus importante dans les affaires des places frontalières que dans celles des places plus centrales, comme Nancy. De plus, les marchands de l'ouest des Duchés, notamment du Barrois, sont sous-représentés dans notre échantillon : or, Bar-le-Duc mais aussi Ligny-en-Barrois étaient des places importantes de la contrebande des indiennes.

Ventilation des dettes actives des marchands-magasiniers selon les types de localité (Lorraine et Evêchés)	Courtois (Nancy)	Courtois 1754 (Nancy)	Garnier (Bar-le-Duc)	Gérard 1739 (Nancy)	Gérard et Toustain (Nancy)	Henry (Nancy)	Mazerand (Nancy)	Vétier (Nancy)
Grandes villes	37,8	38,6	16,4	25,6	15,5	37,7	11,1	58,0
Villes de manufactures	17,1	14,1	1,3	14,2	11,0	2,9	12,4	18,2
Villes d'Ancien Régime	11,9	8,7	35,9	49,3	58,3	13,4	10,7	14,4
Bourgs	12,1	21,9	33,9	3,3	7,0	21,5	20,6	7,4
Villages ayant foire ou marché	5,2	1,9	6,6	7,3	7,2	11,3	30,4	1,4
Villages sans foire ni marché	16,0	14,7	5,7	0,3	0,9	13,3	14,6	0,4
Ensemble des dettes actives en Lorraine et dans les Evêchés	21422,3	20730	183117,1	76067,75	210540,0	124493,2	111669	14250

La plupart des ventes des marchands-magasiniers se faisaient dans les villes de la province, reflétant la forte concentration de commerçants dans les localités urbaines : Nancy représente ainsi à elle seule entre 13 et 21 % des ventes des grossistes de la ville. Les chiffres étant similaires dans le cas du marchand de Bar-le-Duc, on peut penser que la desserte purement locale occupait une place importante dans les affaires des marchands-magasiniers.

En nombre de marchands desservis comme en volume global de créances actives, ce sont cependant les petites villes et les gros bourgs qui étaient majoritaires dans les affaires des marchands-magasiniers, avec une desserte parfois importante de petits centres commerciaux locaux comme Boulay ou Etain : ce ne sont jamais moins de 20 % des créances actives des magasiniers qui s'y trouvent dues, et le plus souvent près de 30 %. Non seulement cela confirme que dès le milieu du siècle l'appareil commercial de ces petites localités était étendu, mais cela suggère en plus que les niveaux d'affaires de ces marchands ne devaient pas être négligeables. De même, les résultats montrent l'importante extension de la boutique rurale dans les Duchés, qui ne représente jamais moins de 10 % des créances des grossistes, et souvent plus de 20 %. C'est le signe de l'existence d'une demande rurale importante, portée par un grand nombre de marchands de toute taille⁵⁰⁴. En définitive, le commerce des marchands-magasiniers avec les espaces ruraux ou quasi-ruraux - très petites villes têtes d'un pays rural, bourgs, villages - semble absorber entre le tiers et la moitié de leurs affaires⁵⁰⁵.

2. L'organisation du commerce et le rapport aux détaillants

⁵⁰⁴ Ces chiffres sous-estiment sans doute l'importance réelle de la boutique rurale, puisque bien des détaillants des campagnes, en particulier les plus modestes, devaient sans doute se fournir auprès de détaillants des villes.

⁵⁰⁵ Cela éclaire les relations fonctionnelles entre les grosses villes et les plus petites localités, en suggérant une relation de dépendance des dernières vis-à-vis des premières : flux de marchandises en échange de flux de paiement. Les relations de dépendance des petits détaillants des campagnes envers les gros marchands des villes sont donc un des aspects de l'accaparement d'une partie du produit agricole par les classes dominantes de la société préindustrielle. Sur ces questions, voir : Serge DONTENWILL, « Rapports ville-campagne et espace économique micro-régional : Charlieu et son plat-pays au XVIIIe siècle », in *Villes et campagnes XVe-XXe siècles, Centre d'Histoire Economique et Sociale de la Région Lyonnaise*, n° 9, Lyon, Presses Universitaires, 1977, pp. 145-173 ; Denis RICHEL, *La France moderne : l'esprit des institutions*, Paris, Flammarion, 2009.

Les grossistes constituaient leurs approvisionnements lors de grandes campagnes d'achats à l'extérieur, déterminant ainsi l'offre disponible dans la province⁵⁰⁶. Comme les marchands détaillants ne pouvaient se rendre au lieu de résidence du marchand-magasinier à chaque fois qu'ils avaient besoin de compléter leurs stocks, ils s'en remettaient souvent à eux pour sélectionner des marchandises pour leur compte et les leur faire parvenir. Une partie des opérations commerciales au sein de l'espace lorrain s'effectuait cependant *de visu*, lors des visites que les commerçants de la province rendaient à leurs fournisseurs nancéiens ou d'autres grands pôles commerciaux.

2.1. L'importance des relations de vis-à-vis

Des relations directes peu fréquentes mais cruciales

Malgré le bon maillage du territoire lorrain en marchands-magasiniers ainsi que les facilités de communication croissantes dans la province tout au long du siècle, les relations directes entre les détaillants et les grossistes étaient relativement peu nombreuses. Tout au plus se rencontraient-ils trois à quatre fois par an, lors des visites des détaillants à la ville ou dans le cadre de rencontre sur les foires de la province. Comme l'écrivait à la Veuve Navière le marchand Hébert, de la petite ville d'Hattonchâtel, les détaillants ne se rendaient auprès de leurs fournisseurs que lorsqu'ils étaient « désassortis »⁵⁰⁷. Cela n'excluait pas cependant de passer à l'occasion quelques commissions pour compléter les stocks⁵⁰⁸.

Les visites à la ville proche donnaient aux marchands détaillants l'occasion de s'informer sur les marchandises, de passer des commandes et également de payer leurs créanciers⁵⁰⁹. Les achats étaient souvent couplés avec des paiements censés solder tout ou partie des opérations antérieures. C'était particulièrement vrai pour les marchands détaillants extérieurs à Nancy : sur les 21 ventes que fait la Veuve Navière à Charpentier de Badonviller entre 1754 et 1760, 15 ont donné lieu le jour même au versement « d'acomptes »⁵¹⁰.

Des moments importants : les retours de foire

Si ces visites avaient lieu tout au long de l'année, au gré des besoins des détaillants, elles avaient souvent lieu au moment des retours de foire, singulièrement celles de Francfort. Les marchands des villes et bourgs de Lorraine se rendaient alors à Nancy ou dans les autres

⁵⁰⁶ Lettre de JEANDEL et FISCHER de Nancy du 30 mars 1753 : « Comme nous venons de faire des achats assez considérables dans les manufactures de France, et que nous sommes sur notre départ pour ceux d'Allemagne, nous pouvons vous assurer que vous trouverez un parfait assortiment en toutes sortes de marchandises de goût et d'une qualité choisie avec un grand avantage pour le prix. »

⁵⁰⁷ du 18 mai 1757

⁵⁰⁸ Lettre de Nicolas DEMONTZY de Blâmont du 26 juillet 1746, « je vous supplie donc de remettre à la présente porteuse le contenu du petit mémoire d'autre part. Comme je crois que vous n'aurez pas tous les articles chez vous, je vous supplie de me le vouloir bien les acheter chez quelques-uns de vos confrères (...) La présente porteuse vous remettra deux gros écus que vous mettrez à compte sur les dits articles que vous demandez, et pour le restant je vous le remettrai au premier voyage que j'irai à Lunéville ». Commande d'amandes (4 lb), d'indigo, du sucre, du gruyère.

⁵⁰⁹ (cf. la facture du 28 février 1776, qui indique « reçu le montant de la présente facture à Nancy le 10 avril 1777, pour J.-Bte Husson, MEGET »). 49 B 738 : Correspondance passive de François RIVET. Facture du 1^{er} juin 1775, de HUSSON, pour des toiles lanées (?) façonnées à 47 s. l'aune : « que vous m'avez commis à votre dernier voyage à Nancy » (idem dans lettre d'Husson du 20 février 1776).

⁵¹⁰ Grand livre de la veuve Navière, f^o 100.

villes pour y faire leurs achats et renouveler tout ou partie de leurs stocks⁵¹¹. Les grossistes réalisaient une bonne partie de leurs ventes à cette période, quand les magasins étaient pleins et fraîchement approvisionnés. De fait, sur près de 57.000 liv. l. de ventes en 1757, la Veuve Navière en effectua 27 % en mai et 26 % en octobre, juste au retour des foires de Francfort. Les papiers de Trocquet, marchand détaillant de Pont-à-Mousson indiquent que plus du tiers des achats de la période s'étendant d'octobre 1727 à septembre 1728 a été effectué en octobre 1727, notamment les 17 et 18, lors d'un voyage à Nancy. Les marchandises qu'il y a achetées sont clairement assignables aux espaces germaniques, et sont typiques de ceux que les grossistes lorrains achetaient aux foires de Francfort - indiennes, draps du Nord, flanelle⁵¹². Charles Barthélemy, marchand-drapier de Marsal, effectua quant à lui l'essentiel de ses achats dans les deux mois qui suivent les périodes de retours de foires de Francfort, soit entre fin mars et fin mai pour la foire de Pâques et octobre-novembre pour la foire de Septembre.

L'importance des retours de foire dans le fonctionnement général du commerce de la province est le signe de plusieurs phénomènes. Cela tendrait déjà à montrer que les détaillants ajustaient leurs achats au mieux, faisant en sorte de limiter les invendus : les fournitures qu'ils faisaient auprès des marchands étaient donc destinées à leur durer quelques mois tout au plus. Cela témoigne également de l'importance prise par la mode et la nouveauté, en particulier dans le secteur des étoffes et des accessoires : les grossistes ne manquaient en effet jamais d'insister sur la nouveauté des motifs ou des couleurs de leurs produits⁵¹³. Enfin, les visites chez les fournisseurs sont la marque d'un système économique où le « coup d'œil » jouait un grand rôle : les biens n'étant jamais pleinement substituables, et les techniques de production n'étant pas standardisées au point de garantir la stabilité des produits, la qualité d'une même marchandise pouvait être assez variable. Il était alors important pour un détaillant d'être le premier et le mieux servi, et de bénéficier ainsi de la « fleur de marchandise » vantée par les marchands-magasinières⁵¹⁴. En somme, il n'y avait pas d'opposition de fond entre commerce sédentaire et commerce périodique, puisque les rythmes du premier s'inséraient dans une large mesure dans ceux du second.

Si les visites chez les fournisseurs étaient assez peu fréquentes, et se concentraient souvent après les retours des grandes foires, les interactions entre les grossistes et leurs clients n'en étaient pas moins nombreuses. Les premiers s'enquéraient en effet le plus fréquemment possible des besoins de leurs clients, tâchant par la même occasion de faire effectuer les paiements des sommes en souffrance au plus vite. Ils s'appuyaient pour cela sur de nombreux auxiliaires commerciaux, commis-voyageurs ou acteurs du transport.

2.2. L'intermédiation commerciale et les auxiliaires du commerce

Les relations entre les marchands-magasinières et leurs clients s'appuyaient sur de nombreux intermédiaires commerciaux. Depuis les années 1720 au moins, les grossistes lorrains recouraient à des commis-voyageurs, tout comme leurs fournisseurs – bien qu'ils leur

⁵¹¹ Lettre du 21 septembre 1725 de la femme Lacour, marchande de Lunéville. « Selon toutes les apparences, les marchandises de Lyon ont (sic) arrivé car je vois arriver les marchands de Lunéville qui viennent de faire emplette à Nancy. Si les vôtres le sont, je vous prie de m'envoyer demain ce que je vous ai commandé ».

⁵¹² Livre d'achats de 1727 et 1728.

⁵¹³ Lettre de TOUSTAIN de Nancy à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 30 avril 1754, lettre du même : « je vous prie de vouloir bien venir ici au reçu de la présente pour avoir le choix de mes marchandises de Francfort que je viens de recevoir ».

⁵¹⁴ Lettre de TOUSTAIN de Nancy à Germain EMPEREUR de Pont-à-Mousson du 20 septembre 1753 : « une partie de mes marchandises de Francfort sont arrivées aujourd'hui. Je dois recevoir les autres demain ou après-demain. Si vous désirez avoir la fleur de mon emplette, je vous invite à vous donner la peine de venir ici lundi prochain. »

assignent sans doute des tâches un peu différentes⁵¹⁵. Les commerçants lorrains pouvaient également compter sur les lignes de voitures publiques, appelées localement les « carrosses », dont les maîtres servaient d'intermédiaires commerciaux pour la circulation de l'information ou les paiements. Ces pratiques et institutions venaient innover le commerce de la province, et contribuaient à renforcer et intensifier les relations entre les détaillants et leurs fournisseurs.

2.2.1. *Le rôle des commis-voyageurs dans les relations entre les grossistes et leurs clients*

Les commis-voyageurs permettaient aux marchands-magasiniers d'entretenir des contacts fréquents avec les détaillants de la province. C'était bien souvent un des associés, un commis ou un membre de la famille qui se chargeait d'assurer les « tournées » pour le compte de la maison. La présence de commis chez les grossistes n'avait rien d'exceptionnel : l'état de la marchandise dressé par le Corps des marchands de Nancy en janvier 1746 indique que sur les 53 « meilleurs notables négociants » recensés, 28 avaient un commis – sans que l'on puisse rien dire de leur formation ni de leur itinéraire professionnel –, que dix employaient leur fils et un son beau-fils : seuls 14 marchands se passaient en définitive des services d'un assistant. Les chiffres sont encore plus nets pour 1757 : sur les 45 « notables marchands » relevés, 32 avaient un commis (dont dans deux cas un neveu et dans un cas un beau-frère), une maison de commerce en comptait même deux, quatre employaient un ou deux de leurs fils, un était assisté de son fils et d'un commis. Sept n'avaient ni l'un ni l'autre⁵¹⁶.

Une ou plusieurs fois par an, des commis ou d'autres représentants des marchands-magasiniers se rendaient auprès des clients pour y récupérer des paiements et leur présenter des échantillons de marchandises. Signe de l'importance que revêtait ce type de relations commerciales, les grossistes les plus importants employaient plusieurs commis ou représentants à faire les tournées : à partir de 1752, Jean Chausson envoya ainsi son cousin Roze auprès des marchands des Duchés - sa lettre du 7 mars 1753 nous apprend que la tournée de celui-ci l'avait mené à Plombières, Bains, Remiremont, Epinal, et qu'il comptait l'achever à Rambervillers et Saint-Dié⁵¹⁷. Chausson avait en outre chargé son commis Schock, germanophone, de parcourir l'Alsace. Les tournées présentaient l'avantage de couvrir largement l'espace commercial des maisons marchandes, en maintenant le lien avec les clients des zones les plus éloignées du siège. En Alsace, dans le Brisgau et dans la Forêt Noire, où Gaillot de Saint-Dié comptait beaucoup de clients, les paiements se faisaient ainsi essentiellement lors du passage de son fils Sébastien⁵¹⁸.

Les veilles des foires de Francfort, à Pâques et en septembre, et celles des foires franches de Reims, de Carême - dites de « la Couture » - et de la Saint-Rémi en octobre, étaient une période d'intense activité pour les commis, qui se rendaient chez les marchands détaillants pour récupérer leurs « mémoires » et tout ou partie de leurs paiements⁵¹⁹. Comme l'écrivait le marchand-magasinier Cressant de Nancy à Pierre Claux le 17 août 1731, « la foire de septembre à Francfort s'approche, ce qui m'oblige à vous écrire pour vous prier de vouloir remettre le solde que vous me devez échu de votre billet à mon commis qui sera chez

⁵¹⁵ Arnaud BARTOLOMEI et Claire LEMERCIER (dir.), « Les commis-voyageurs, acteurs et témoins de la Grande Transformation », *Entreprises et histoire*, n° 66, 2012.

⁵¹⁶ AD 54, 49 B 6.

⁵¹⁷ AD 54, 49 B 490 : Correspondance passive de J. Chausson.

⁵¹⁸ Marie-José FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, mémoire de maîtrise en histoire, Université Nancy II, 1970, pp. 95-99.

⁵¹⁹ Sur l'importance des foires de Francfort pour le commerce lorrain aux XVII^e et XVIII^e siècles, voir : A. DIETZ, *Frankfurter Handelsgeschichte*, Francfort, H. Minjon, 1910-1925, 5 tomes, en particulier les tomes 1 (p. 17-116) et 5 (p. 413 -441). Il n'y a pas à proprement parler d'étude sur les foires de Reims et de Troyes. L'aperçu le plus complet pour le niveau et la nature des affaires à Reims au XVIII^e siècle reste celui de Dominique MARGAIRAZ (*Foires et marché*, p. 101-136, en particulier pp. 102, 106 et 115).

vous à la fin du mois »⁵²⁰. La fréquente fébrilité de ces missives témoigne de la forte contrainte que représentait pour les grossistes la récupération de leurs fonds avant les foires : « l'unique objet de la présente, écrivait le 24 août 1778 le marchand-magasinier Husson de Nancy à François Rivet, pour vous prier de me dire au retour du courrier si vous ne pourriez pas m'envoyer quelque peu d'argent, ou du moins ce que vous pourrez d'ici à jeudi prochain, auquel je me dispose à partir pour Francfort. »⁵²¹ Les visites aux détaillants de la province étaient cependant tout aussi importantes après les foires, puisqu'il s'agissait de leur faire connaître les marchandises achetées et de les inciter à passer commande : les commis des grossistes s'affairaient alors auprès d'eux pour leur présenter les arrivages. « L'un des nôtres pourra avoir l'honneur de vous voir après la foire du Neufchâteau qui est le 1^e du mois prochain, écrivaient Coster et Villiez à Pierre Claux le 14 septembre 1726. Si nos marchandises sont arrivées, il vous portera des échantillons comme vous le souhaitez »⁵²². Un quart de siècle plus tard, une lettre de Schock à Chausson du 6 novembre 1752 confirme l'importance de ces rythmes d'achats : « j'aperçois le mécontentement que vous prenez à mon voyage. Vous avez raison. J'en étais bien prévenu de cela (sic), et je vous aurais averti de même que je ne ferais grand-chose dans ces pays, vu que c'est après la foire de Francfort que tout le monde a fait provision »⁵²³.

La fonction de collecte des paiements exercée par les commis-voyageurs ne doit pas être négligée. Les commandes s'accompagnaient en effet généralement du paiement total ou partiel des sommes dues : « l'un des nôtres sera dans vos cantons dans le courant de juin, écrit Gaillot, commis des grossistes nancéiens Coster et Villiez, à Pierre Claux le 21 mai 1727. Nous vous prions de lui faire le plus d'argent que vous pourrez. Il sera porteur d'une belle carte d'échantillon de draperies »⁵²⁴. Pierre Claux, qui représente peut-être un cas limite, versa en tout de 1729 à 1735 près de 28.500 liv. l. à ses fournisseurs, soit 4 à 5.000 liv. l. par an⁵²⁵. Près de 80 % de cette somme revenaient à des marchands-magasiniers de Nancy, dont le mode d'intervention privilégié auprès de Claux était de lui envoyer « un des leurs » : sur les 22.400 liv. l. de créances envers des grossistes nancéiens, 58 % au moins furent remises à des commis de passage à Vrécourt. Même ceux de Neufchâteau, ville pourtant distante de 25 km seulement, préféraient recourir aux « campagnes » des commis : sur les 5.613 liv. l. que Claux leur versa entre 1729 et 1735, 44 % au moins furent remis à leurs représentants lors de leur visite dans le village⁵²⁶.

Les tournées des commis incluaient fréquemment un passage sur les foires de la province. Bien que la Lorraine fût « pauvre en foires », celles-ci jouaient un grand rôle dans les affaires des détaillants des bourgs et des campagnes, tant pour la vente à la clientèle que pour les réapprovisionnements auprès des marchands-magasiniers⁵²⁷. Lieux de réalisation des bénéfiques, moments de recouvrement des créances, les foires étaient l'occasion pour les commis et les représentants en tournée de solder des comptes et de récupérer des commandes : les détaillants étaient alors solvables, et leurs stocks avaient été pour partie écoulés. Chez Pierre Claux, sur près de 28.500 liv. l. remises en six ans aux fournisseurs, au moins 6.975 liv. l. – le quart – le furent à des commis lors de foires ou dans la semaine qui les suivait⁵²⁸ : sur cette somme, les paiements aux commis à celles de Vrécourt ou des petites localités des environs comme Bulgnéville, Bourmont, Vittel ou Damblain atteignaient 5.472

⁵²⁰ AD 54, 49 B 506 : Correspondance passive de P. Claux.

⁵²¹ AD 54, 49 B 738 : Correspondance passive de Fr. Rivet.

⁵²² AD 54, 49 B 506 : Correspondance passive de P. Claux.

⁵²³ AD 54, 49 B 490 : Correspondance passive de J. Chausson.

⁵²⁴ AD 54, 49 B 506 : Correspondance passive de P. Claux.

⁵²⁵ Sont conservés 152 reçus pour les années 1729 à 1735 (AD 54, 49 B 507).

⁵²⁶ Pour 27 % de cette somme, les lieux de paiement n'ont pu être identifiés.

⁵²⁷ MARGAIRAZ, *Foires et marchés*, p. 52.

⁵²⁸ AD 54, 49 B 507 : Factures et reçus de P. Claux.

liv. l.⁵²⁹. 1.503 liv. l. furent récupérées à Vrécourt dans la semaine suivant les plus grosses foires du lieu, celles de la Saint-Vincent, autour du 21 janvier, et de la Madeleine, vers le 22 juillet. Entre 1750 et 1762, le marchand-magasinier Claude Gaillot envoya quant à lui plusieurs fois par an ses commis ou ses fils en tournée chez ses clients, souvent au moment des foires⁵³⁰. Selon les données de son « livre de voyages », ce sont celles de Senones, Badonviller et Epinal qui ont été le plus fréquemment visitées : ses représentants se sont en effet rendus à quatre reprises aux foires de Badonviller du 13 mars et autant de fois à celles du 8 novembre ; ils ont également visité quatre fois celles du 3 octobre à Epinal. D'autres foires, comme celles du 20 septembre à Senones, ont vu trois fois leur présence. Signe cependant de l'orientation alsacienne et rhénane de ses affaires, ce sont celles de Sélestat qui avaient ses faveurs, puisqu'en 13 ans ses représentants se rendent en tout sept ou huit fois à chacune d'elles : 28 février, 22 mai ou 17 novembre. Entre 1750 et 1762, les paiements récupérés par les commis ou les fils de Gaillot auprès de leurs clients de l'espace lorrain et alsacien montaient à près de 214.400 liv. l. : plus de 126.100 liv. l. furent collectées lors de foires, contre 88.200 lors de tournées le reste de l'année⁵³¹. Ainsi, lorsque ses représentants sont envoyés pour collecter des créances, les trois cinquièmes, presque 59 %, le sont en foire. Si l'on ne tient compte que des clients lorrains, dont les paiements ne représentent que 15,5 % des sommes récupérées par Gaillot, les proportions sont les mêmes : 18.700 liv. l. ramassées lors des foires et 13.800 lors des autres tournées – 57,5 % contre 42,5 %. Parmi les campagnes de recouvrement effectuées pour Gaillot, les foires occupaient donc une place décisive⁵³².

2.2.2. *Voituriers et maîtres de poste*

La circulation des marchandises à travers la province était effectuée dans une large mesure par des voituriers, particuliers pratiquant le transport comme activité professionnelle principale ou secondaire. Nous avons vu dans la première partie de ce travail qu'ils étaient nombreux dans les campagnes, tout particulièrement sur les grands itinéraires ou à proximité des grandes agglomérations. Ils n'étaient cependant pas les seuls acteurs du transport des marchandises actifs dans la province, puisque intervenaient également les « maîtres des carrosses ordinaires ». L'installation de voitures publiques circulant régulièrement sur les principaux axes routiers des Duchés remontait au début du règne de Léopold, qui en avait accordé le privilège aux fermiers de la poste aux lettres⁵³³. Ceux-ci disposaient du monopole du transport des paquets de moins de 50 lb., et étaient à ce titre des acteurs importants des échanges entre grossistes et détaillants, puisque les commandes de ces derniers étaient souvent d'un petit volume.

A vrai dire, le contraste est net entre le nombre de villageois déclarant faire des voitures et le nombre restreint des voituriers actifs sur chaque itinéraire. Il se peut en réalité que la plupart des voituriers des villages aient principalement assuré le convoyage des produits de leur terroir jusqu'au marché le plus proche : cela est cohérent avec le fait que les voituriers étaient souvent en même temps des laboureurs et des marchands⁵³⁴. C'est ainsi que les factures, les lettres de voiture et les correspondances marchandes montrent l'intervention d'un petit nombre d'acteurs seulement. Sur 40 envois de marchandises à Pierre Claux de

⁵²⁹ AD 54, 49 B 507 : Factures et reçus de P. Claux.

⁵³⁰ AD 54, 49 B 713 : « Livre des voyages » de Cl. Gaillot.

⁵³¹ Nous excluons de ces calculs les opérations avec les clients rencontrés aux foires de Francfort ou de Leipzig, ne nous attachant qu'au commerce de redistribution dans l'espace mosellan.

⁵³² FOURNEL, *Les activités de Claude Gaillot (...)*, p. 99-100.

⁵³³ Pierre BOYE, *Postes, messageries et voitures publiques en Lorraine*, Paris, Imprimerie Nationale, 1907, p. 14. **Préciser les lignes ouvertes et donner des exemples.**

⁵³⁴ Il se peut en effet que les campagnes aient compté beaucoup de voituriers occasionnels, actifs surtout après les vendanges ou les moissons.

Vrécourt entre 1729 et 1735, 30 au moins ont été pris en charge par le « voiturier ordinaire » Tassin. Sur 65 expéditions à Dominique Jeandel de Raon-l'Etape entre 1740 et 1743, 42 au moins l'ont été depuis Nancy. Seuls deux transporteurs sont impliqués pour cette direction : le voiturier Gauvin et le maître du carrosse de Saint-Dié Munier – qui est également un acteur important de l'expédition des paiements en numéraires et de la circulation de l'information. La circulation des marchandises reposant sur un milieu étroit de transporteurs, des problèmes d'engorgement pouvaient se poser⁵³⁵.

Le faible nombre de transporteurs était néanmoins un atout, dans la mesure où commerçants et transporteurs se connaissaient et étaient étroitement liés. Les maîtres des carrosses et les voituriers faisaient ainsi fréquemment fonction de commissionnaires, et effectuaient un certain nombre de tâches commerciales pour le compte des marchands de la province. Le mémoire remis par Munier, voiturier de Nancy, au marchand de Raon-l'Etape Dominique Jeandel intitulé « Etat des marchandises, argent avancé et voitures faites », que nous reproduisons ici, indique bien les diverses activités auxquelles se livraient les voituriers pour le compte des marchands⁵³⁶ :

« Le 24 avril 1740, 4 mesures 13 pots eau de vie à 26 liv. 5 s. la mesure rendue audit Raon, fait : 123 liv. 17 s.

Le même jour, 7 mesures de vin à 9 liv. la mesure, fait : 63 liv.

Le 29 dudit mois, j'ai payé à son acquit au sieur Henri NICOLLE de Nancy 64 liv. 17 s.

Le 28 dudit mois j'ai payé 100 lb d'acier au sieur PHULPIN d'ici pour 21 liv. 10 s.

Le 10 mai j'ai payé chez Mlle NICLET d'ici 25 lb de plomb à 32 liv. le cent, fait 8 liv.

Le 12 dudit mois j'ai payé 100 liv. à François MUNIER mon frère à son acquit

Le 19 dudit mois j'ai payé 62 liv. aussi à son acquit

Le 21 mai 1740, j'ai payé au sieur BEUGNY de Nancy 84 liv. à son acquit

Pendant le cours dudit mois de mai, j'ai conduit de Nancy à Raon 900 pesants de marchandises à 25 s. le 100, fait 11 liv. 5 s.

Le 20 juin suivant, j'ai payé au sieur LECLERC de Saint-Nicolas 20 liv. 15 s. à son acquit

Le 13 dudit mois, je lui ai fourni 4 mesures eau de vie de 26 liv. 5 s. la mesure, fait : 105 liv.

Le 25 du même mois, j'ai payé à un passementier de Nancy 38 liv. 14 s. pour le prix des franges de soie que le même lui a fourni

Le même jour, j'ai payé 15 sols pour un port de lettre et un message que j'ai envoyé à Guise pour et à son ordre

Le 28 dudit mois j'ai payé à son acquit 11 liv. 10 s. pour tabac, sur quoi j'ai reçu 7 liv. 15 s. reste à payer : 4 liv. 2 s. »

Le « maître du carrosse » est ici à la fois transporteur et commissionnaire d'achats, et effectue pour le compte du marchand un certain nombre de paiements. Cas extrême peut-être, Munier est créancier de son commettant à hauteur de 715 liv. 1. 3 s. en trois mois ; le prix des voitures ne représente que 1,6 % de cette somme, contre 40,8 % pour les achats en commission et 57,6 % pour les paiements effectués pour le compte de Jeandel. Le fait que les transporteurs soient en contact avec les aires d'approvisionnement des marchands en faisait des intermédiaires commerciaux : les marchands des localités où passaient coches et carrosses n'hésitaient ainsi pas à confier aux voituriers des sommes à remettre à leurs créanciers⁵³⁷.

⁵³⁵ Lettre de J.-F. JOLY du 28 novembre 1759, « si vous n'avez pas les marchandises que vous m'avez demandées, c'est de la faute du sieur NOËL qui n'est pas venu les charger. Elles sont emballées depuis de 21 de ce mois (...) Dites à NOËL de venir le charger, ou sinon je le remettrai à un autre ».

⁵³⁶ 49 B 688 : Mémoire de MUNIER, remis à JEANDEL (s.d., années 1740)

⁵³⁷ Articulation avec les services postaux : lettre de TROCQUET de PAM du 5 novembre 1746 : « il est 15 jours que j'ai remis ici au Pont au sieur GE qui restent chez M. FASCIOT directeur du carrosse 6 louis neufs faisant

Chez Dominique Jeandel, sur 122 paiements à des marchands-magasiniers effectués entre janvier 1740 et décembre 1743 pour un montant de 54.900 liv. l. environ, 3.900 liv. l. sont remises à Munier, maître du carrosse de Saint-Dié ; le chiffre monte même à 13.261 liv. l. pour les sommes confiées à Gauvin, l'autre transporteur assurant les flux de marchandises entre Nancy et Raon-l'Étape⁵³⁸. Le recours aux voituriers publics pour les paiements se retrouve ailleurs : sur 18 envois d'argent à Nancy référencés dans le livre d'achats de Charles Barthélemy de Marsal entre 1743 et 1760, au moins six ont été effectués par le maître du carrosse de Dieuze. Du fait des relations étroites que les marchands entretenaient avec eux, les transporteurs de marchandises étaient de véritables intermédiaires commerciaux, dont les fonctions outrepassaient le simple convoiage⁵³⁹.

2.3. Circuits d'importation et polarisation régionale

L'importance des marchands-magasiniers dans le commerce de la province est renforcée par leur rôle dans les circuits d'approvisionnement. Les grossistes de Nancy, de Metz ou d'autres pôles commerciaux majeurs exerçaient en effet une fonction de commissionnaires-chargeurs pour les marchands importateurs de la province, en réceptionnant les marchandises arrivant en Lorraine par la route. Les grossistes de ces villes devenaient ainsi pour les marchands de l'intérieur des Duchés des intermédiaires obligés, y compris pour des marchands ne dépendant pas d'eux pour leurs approvisionnements.

La circulation routière en provenance de l'extérieur de la province contribuait ainsi à renforcer le poids commercial de Nancy à l'intérieur de l'espace lorrain. Les marchands en relation avec la Lorraine avaient comme on l'a vu de fréquentes difficultés à trouver des voitures en partance pour les Duchés ou les Evêchés. Les voituriers se rendaient généralement à Nancy ou à Metz, mais bien plus rarement dans les autres localités⁵⁴⁰ – pour lesquelles les prix d'expédition étaient très élevés⁵⁴¹. Les marchands des pôles commerciaux secondaires de la province devaient alors s'entendre avec leurs correspondants extérieurs pour établir des itinéraires d'acheminement : les marchandises étaient ainsi envoyées à des marchands de Nancy ou de Metz, qui se chargeaient de les réexpédier à leur destinataire en s'appuyant sur les voituriers locaux. Germain Empereur faisait fréquemment expédier les commandes à ses

186 liv. avec une lettre pour vous avec ordre de vous les remettre pour payer M. VANERSEL par laquelle je vous prie de lui remettre et d'en tirer un reçu ».

⁵³⁸ Sur la base des 122 reçus conservés pour 1740 à 1743 (49 B 688 et 689).

⁵³⁹ Le « livre des factures » de Charles Barthélemy de Marsal, conservé pour les années 1746 à 1760 (49 B 460) n'est malheureusement pas suffisamment précis sur les modalités de paiement pour mesurer la part respective de chacune d'elles. Cette petite ville était située sur la route desservie chaque semaine par le coche de Dieuze (P. Boyé, *Postes, messageries et voitures publiques*, p. 18) : de fait, Barthélemy indique à plusieurs reprises qu'il remet de l'argent au « maître du carrosse ». Ces indications confirment le rôle des coches dans les opérations commerciales.

⁵⁴⁰ 49 B 540 à 542 : Lettre de Martin, commissionnaire-chargeur de Chalon-sur-Saône du 23 septembre 1746, à Deschamps et Muet de Lunéville : « je vous ai envoyé aujourd'hui par les sieurs Philippe VIGNERON et Pierre BELINE de Corsel et Roche-Tallie proche de Langres 3 balles de draperie ordinaire d'envoi de MM. DOYAT, FALSAN, DELERIEU et Cie de Lyon. Je n'ai pu les expédier plus tôt, attendu qu'il y avait beaucoup de marchandises pour Metz et Nancy. Les voituriers aiment mieux charger pour ces endroits que pour votre ville ».

⁵⁴¹ 49 B 540 à 542 : Lettre de Martin, commissionnaire-chargeur de Chalon-sur-Saône du 12 décembre 1746, aux mêmes : « je vous ai expédié le 3 du courant par le sieur Albert JACQUOLLIOT de Dempilly proche Châtillon-sur-Seine 12 pièces de marchandises suivant le chargement ci-dernier d'envoi de M. MUET l'aîné de Lyon, chargé à 5 liv. du 100 de voiture, n'ayant pu obtenir la voiture à meilleur marché, rapport qu'il y a beaucoup de marchandises pour Nancy et Metz. Les voituriers préfèrent d'aller à Nancy à 10 s. de meilleur marché qu'à Lunéville. Mes confrères ont donné 5 liv. 5 s. et 5 liv. 10 s. pour votre ville, et 4 liv. 15 s. pour Nancy. Vous avez ci-dernier le compte de mes déboursés ».

correspondants à Metz ou Nancy, à charge pour eux de les faire suivre à Pont-à-Mousson⁵⁴². La pratique de l'envoi groupé était également courante : dans ce cas, pour économiser sur le prix de la voiture, les fournisseurs extérieurs à la province joignaient les marchandises commandées à un envoi destiné à un marchand de Nancy ou de Metz, qui devait alors assurer la suite de l'acheminement⁵⁴³.

De la même manière, le recours important à la voie d'eau pour l'importation des marchandises pondéreuses dans l'espace lorrain, en particulier des épicerie, contribuait à renforcer l'importance commerciale de certains points de rupture de charge, au premier rang desquels Metz, pôle de réexpédition vers l'intérieur des Duchés. Les « amis » commerçants de Germain Empereur installés à Bar-le-Duc ou à Ligny-en-Barrois lui demandaient ainsi régulièrement de leur faire expédier depuis Metz les ballots arrivés pour leur compte par la voie mosellane.

Les gros marchands de Nancy exerçaient ainsi une fonction de coordination des flux de marchandises, et jouaient à l'échelle de la région le rôle de commissionnaires-chargeurs. Était-ce pour eux une occasion de réaliser des gains ? Imposaient-ils le paiement d'une commission aux commerçants pour le compte de qui ils recevaient des marchandises ? Tout dépend sans doute du degré « d'amitié » entre les marchands, et des arrangements qui pouvaient exister entre eux. Germain Empereur adresse par sa lettre du 6 octobre 1729 un compte courant au marchand Pierre Magot de Bar-le-Duc. Ce dernier était un importateur de produits d'épicerie, qui exportait des vins de Bar dans la vallée de la Moselle : il avait recours aux services d'Empereur pour lui trouver des voitures jusqu'à Bar-le-Duc ou des bateliers au départ de Metz. Pour chaque opération effectuée pour le compte de ce marchand, Empereur comptait une « provision », c'est-à-dire une commission de l'ordre de 5 %, comparable à ce que l'on retrouve à Orléans ou Lyon dans la deuxième moitié du siècle. Il faut dire en l'occurrence que Magot n'achetait ni ne vendait rien à Empereur, et que les voitures portaient sur des montants assez importants. Les relations entre les deux marchands étant de pures commissions d'expédition de marchandises, Empereur n'avait aucune raison de lui faire la grâce d'une commission. Dans d'autres cas cependant, où les marchands entretenaient des relations anciennes, la commission d'expédition était assurée gratuitement, les destinataires finaux n'ayant à régler que le prix des voitures.

3. Les relations entre grossistes et détaillants

Les marchands-magasiniers disposaient de moyens financiers et d'un capital social suffisants pour s'insérer dans les circuits commerciaux interrégionaux⁵⁴⁴. Cela les plaçait *a priori* dans une « position structurellement dominante » vis-à-vis des petits marchands de la province⁵⁴⁵. Les grossistes ne jouissaient cependant pas d'une situation de monopole d'importation : nombre de détaillants étaient en effet en mesure d'effectuer des achats à l'extérieur de la province voir de se livrer à des opérations de demi-gros les concurrençant

⁵⁴² Lettre à ROLAND de Paris du 26 janvier 1752 : « je vous prie de m'envoyer aussitôt la présente reçue par le carrosse de Metz à l'adresse de M. DOSQUET, banquier à Metz ou à Nancy à l'adresse de M. COSTER le jeune six chapeaux castor de 7 onces (...) ».

⁵⁴³ Lettre du 27 avril 1759, « nous avons joint vos marchandises à celles de M. Ledoux de Vic, à qui nous écrivons par ce courrier de vous les faire parvenir dès qu'il les aura reçues (...) Ladite caisse pèse en tout 120 lb. et nous l'avons adressée suivant le convenu à M. BUCHAR de Nancy, à raison de 8 liv. 10 s. le 100, outre 20 s. pour acquit et sortie. Nous avons donné ordre au susdit de la faire parvenir dès la réception à M. Ledoux de Vic ».

⁵⁴⁴ Pierre GERVAIS, *Les origines de la Révolution Industrielle aux Etats-Unis. Entre économie marchande et capitalisme industriel 1800/1850*, Paris, Editions de l'EHESS, 2004, p. 33.

⁵⁴⁵ GERVAIS, *Les origines de la Révolution Industrielle aux Etats-Unis*, p. 32.

directement. Par ailleurs, même si comme dans le grand commerce fournisseurs et clients étaient à la recherche de relations d'affaires stables, les détaillants n'hésitaient pas à faire jouer la concurrence entre les grossistes - notamment lorsqu'ils entraient dans de nouvelles relations ou qu'ils s'estimaient mal servis par leurs fournisseurs habituels⁵⁴⁶. En effet, malgré les niches sur lesquelles les grossistes s'efforçaient de se positionner, les fonds de magasins n'étaient pas totalement différenciés les uns des autres. L'appareil commercial lorrain connaissait donc une structure partiellement concurrentielle – où la concurrence entre grossistes se voyait tempérée par la prégnance des liens de fidélité. Toutes ces raisons concouraient à modérer le niveau des gains des marchands-magasiniers⁵⁴⁷.

3.1. Fréquence et durée des relations marchandes : le principe de « l'amitié »

Les marchands-magasiniers étaient engagés avec leurs clients de longue date dans une économie de la prestation de services mutuels non facturés : aux gestes commerciaux des grossistes répondaient là aussi de la part des détaillants divers services rendus. Ces rapports privilégiés, construits dans la durée, étaient recherchés par les commerçants : disposer de fournisseurs fiables et serviables assurait les détaillants de recevoir de bonnes marchandises à prix intéressants, compter des clients fidèles garantissait aux grossistes d'écouler de manière certaine leurs stocks. Il apparaît en définitive que les relations entre marchands de la province reposaient sur les mêmes pratiques que celles ayant cours dans le commerce interrégional : au-delà des différences de niveaux et d'envergures d'affaires, celles-ci contribuaient à unifier le milieu marchand.

3.1.1. Les marchands-magasiniers à la recherche de la stabilité des débouchés

Les marchands-magasiniers s'efforçaient d'accroître autant que possible le nombre de leurs relations d'affaires. Une des raisons pour lesquelles ils envoyaient, sur le modèle des marchands-fabricants lyonnais, des commis-voyageurs à travers la province était la recherche de nouveaux débouchés.

Une fois les relations ouvertes, il s'agissait de les entretenir le plus longtemps possible. Comme dans le cas du grand commerce interrégional, cela passait par le traitement différentiel des meilleurs clients – pratique qui faisait là encore partie de l'horizon d'attente des clients les plus anciens. Les bienfaits des marchands-magasiniers envers leurs bons clients ou « pratiques » se manifestaient là encore avant tout par l'accès privilégié à la marchandise dont ils les faisaient bénéficier. Les « amis » étaient ainsi les premiers prévenus en cas d'arrivée, et se voyaient offrir des possibilités de réserver la « fleur de marchandise »⁵⁴⁸. Germain Empereur bénéficiait par exemple de conditions favorables chez plusieurs négociants de Nancy. Le grossiste Georges-François Petitjean lui offrait comme ici des conditions de vente particulièrement avantageuses :

⁵⁴⁶ Lettre de COSSON de Dieuze à la Veuve NAVIERE de Nancy du 17 août 1757: « par votre lettre du 16 juillet dernier vous m'avez marqué que vous me les passeriez à aussi bon marché qu'aucun de vos confrères, voilà pourquoi je n'ai donné ma commission à personne ; et me suis persuadé que vous me les passeriez au même prix que ces autres messieurs. C'est pourquoi si vous voulez m'en envoyer une balle de 60 et quelques pièces à ce prix de 32 sols l'aune (...) ».

⁵⁴⁷ Pierre VILAR, *La Catalogne dans l'Espagne moderne*, Paris, SEVPEN, 1962, tome 3 : *La formation du capital commercial*, III, pp. 9-10.

⁵⁴⁸ Lettre de Dominique JEANDEL de Raon-l'Etape du 26 avril 1757 : « j'ai l'honneur de vous prier de m'écrire sitôt que vos marchandises de Francfort seront arrivées. J'aurai l'honneur de vous aller satisfaire et en même temps pour faire une petite emplette ».

« Je vous envoie ci-joint les échantillons des droguets croisés larges de $\frac{3}{4}$ que j'ai eu l'honneur de vous faire voir à votre dernier voyage. Vous me dites pour lors que vous pourriez pour le printemps en faire un assortiment ; comme la saison avance et que vous m'avez paru en être curieux, c'est pourquoi je vous les offre particulièrement comme vous convenant mieux pour la jeunesse de votre ville à qui cela fera un merveilleux usage. Et pour vous y encourager je partage volontiers avec vous une grande partie du bénéfice que je devrais, vu la bonté de l'étoffe, prendre sur cette marchandise, et au lieu de 7 liv. 10 s. que je les vends, je vous les passerai à 7 liv. 5 s., et si l'assortiment est considérable, je vous les passerai à 7 liv. »⁵⁴⁹.

Il ne s'agit pas ici de pure rhétorique commerciale : les détaillants « amis » bénéficiaient bel et bien de prix de connivence de la part de leurs fournisseurs – ce qui explique sans doute en partie la variabilité des taux de marge dans le commerce de gros.

Ce cas de discrimination tarifaire se justifiait sans doute par la solidité et la confiance qu'inspirait Germain Empereur. Installé dans une des plus grosses villes de l'espace lorrain, dotée d'une université et comptant sans doute 6.000 habitants au moment où la lettre fut écrite, il pouvait en effet écouler rapidement des quantités massives de marchandises. Lui accorder des conditions favorables était pour le grossiste un moyen de poursuivre ses activités avec lui : il s'agissait ici de placer une quantité importante de produits chez un commerçant efficace, qui l'assurerait de gains substantiels et de paiements rapides. « L'amitié » marchande était donc évidemment intéressée : il était profitable d'un point de vue commercial de faire bénéficier certains marchands influents de traitements de faveur.

Comme pour les relations entre les importateurs et les fournisseurs extérieurs à la province, les faveurs pouvaient prendre d'autres formes. La visite des commis-voyageurs des grossistes aux clients des zones les plus reculées donnait ainsi lieu à diverses prestations de services : l'organisation de la poste lorraine étant encore assez fruste dans la première moitié du XVIII^e siècle, et les bureaux distributeurs étant peu accessibles à beaucoup de commerçants des campagnes⁵⁵⁰, le marchand-magasinier Cressant de Nancy propose ainsi à Pierre Claux d'assurer le dépôt de ses lettres⁵⁵¹.

3.1.2. Les marges de manœuvre des détaillants

Les marchands détaillants recherchaient tout naturellement les avantages des relations « d'amitié » avec les grossistes : les clients anciens et fidèles ne manquaient d'ailleurs pas de demander à en bénéficier lorsqu'ils s'en sentaient exclus. Ils étaient d'autant plus enclins à le faire qu'ils se trouvaient collectivement plutôt en position de force face aux marchands-magasiniers. Ceux-ci étaient en effet nombreux dans la province. De plus, comme leur niveau de spécialisation n'était que partiel, ils se trouvaient en situation de concurrence les uns envers les autres. Les détaillants étaient ainsi à même de profiter de la situation : autant les relations anciennes étaient entretenues pour les avantages qu'elles pouvaient procurer, autant l'ouverture de nouvelles relations d'affaires pouvait donner lieu à des négociations âpres⁵⁵².

⁵⁴⁹ du 9 avril 1753

⁵⁵⁰ BOYE, *Postes, messageries et voitures publiques*, p. 6 (131).

⁵⁵¹ AD 54, 49 B 507 : Factures et reçus de P. Claux. La facture du 11 mai 1731 porte la mention suivante : « les lettres que vous avez remises à mon commis partiront mardi prochain sans faute, ce de quoi vous devez être assuré ».

⁵⁵² Lettre de Nicolas ADAM d'Audun-le-Tiche à la Veuve NAVIERE de Nancy du 26 novembre 1757 : « quand j'étais à Nancy vous m'avez un peu serré sur plusieurs articles, que j'en ai eu de même qualité à un sol même deux sols moins que chez vous de même qualité, quoique je vous aie préféré de tout ce que j'ai trouvé chez vous. Mais j'espère qu'une autre fois cela ira mieux. Il est vrai, l'on est un peu long, mais quand on est sûr de son paiement, c'est le principal. Ainsi pour à présent le débit ne suit pas ; j'ai encore mon petit assortiment de mois

La structure des approvisionnements des marchands détaillants reflète cette tension entre recherche de la stabilité et mise en concurrence. Pierre Claux de Vrécourt, pour lequel les factures sont conservées de 1729 à 1735, se fournissait auprès de dix marchands grossistes de Nancy, Mirecourt ou Neufchâteau.

Durée et intensité des relations commerciales de Pierre Claux avec les marchands-magasinières (1729-1735)	Bénil (Nancy)	Bertier (Nancy)	Coster et Villiez (Nancy)	Cressant (Nancy)	Gérard et Saladin (Nancy)	Goussel et Assigny (Nancy)	Laussel et Jeandel (Nancy)	Poincaré (Neufchâteau)	Procquet (Nancy)	Salle et Cie (Neufchâteau)
Durée des relations en années	5	3	6	4	6	1	6	3	4	6
Nombre total d'achats	9	4	7	10	7	2	13	6	5	14
Montant total des achats (liv. l.)	4446	353	2621	4852	1711	164	7154	1997	2069	4411
Niveau annuel moyen des achats	889,2	117,7	436,8	1213	285,2	164	1192	665,7	517,3	735,2
Nombre moyen d'achats par an	1,8	1,3	1,2	2,5	1,2	2,0	2,2	2,0	1,3	2,3
Niveau moyen des achats	494,0	88,25	374,4	485,2	244,4	82,0	550,3	332,8	413,8	315,1

La moitié des fournisseurs de Claux l'étaient pour toute la période observée : le détaillant faisait chez eux deux voire trois achats par an, à chaque fois pour plusieurs centaines de livres. Les rythmes d'approvisionnement et les montants en jeu sont similaires à ce que l'on retrouve chez la Veuve Navière, et semblent correspondre à la modalité classique des relations entre détaillants et grossistes dans l'espace lorrain : des achats répétés et fractionnés partagés entre une dizaine de fournisseurs⁵⁵³. Nous avons tiré au sort 11 marchands sur les 120 ayant ouvert un compte chez elle entre 1754 et 1770.

de juin, s'il me faut quelque chose sur la fin de l'hiver, je m'adresserai à vous tant que vous serez raisonnable. Quoi que le sieur HUSSON et son associé m'ont assez fait d'instances quand j'y étais, m'offrant 18 mois et même plus, et le facteur du sieur HUYN qui venait de Luxembourg il y a 8 jours qui m'a fait la même offre de la part de M. HUYN ».

⁵⁵³ Pour 43 inventaires de faillite de détaillants des années 1740 à 1755 où les informations sont suffisantes, la moyenne du nombre de fournisseurs en Lorraine, grossistes ou non, est de 10,8 et la médiane de 11. Quinze marchands sur 43 (soit une fréquence de 0,35) comptent entre huit et 12 fournisseurs. Treize en comptent moins de huit et 15 plus de 12. Le nombre de fournisseurs en Lorraine est largement indépendant du niveau d'affaires des commerçants concernés : le coefficient de corrélation entre les niveaux d'affaires (exprimés par les dettes passives) et le nombre de fournisseurs est en effet peu significatif (0,197).

Durée et intensité des relations commerciales de la Vve Navière avec les marchands-détaillants (1754-1770)	Charpentier (Badonviller)	Mébille (Lorquin)	Hottelin (Vergaville)	Fourquain (Nancy)	Hébert (Hattonchâtel)	Mercier frères (Vézelize)	Jacob (Lunéville)	Lambert (Nancy)	Cottinet (Nancy)	Vincenot (Noviant-aux-Prés)	Sœurs Meslin (Nancy)
Durée des relations en années	13	5	8	6	13	4	9	2	6	7	8
Nombre total d'achats	21	11	45	34	13	32	12	9	29	25	28
Montant total des achats (liv. l.)	9549	2286	11982	9378	4215	15888	5617	1621	3948	2843	15750
Niveau annuel moyen des achats	734,5	457,2	1498	1563	324,2	3972	624,1	810,5	658	406,1	1969
Nombre moyen d'achats par an	1,6	2,2	5,6	5,7	1,0	8,0	1,3	4,5	4,8	3,6	3,5
Niveau moyen des achats	454,7	207,8	266,3	275,8	324,2	496,5	468,1	180,1	136,1	113,7	562,5

La fréquence des achats et la relative modestie de leurs montants s'expliquent sans doute par la volonté des détaillants de ne pas s'encombrer de marchandises qu'ils ne pourraient vendre rapidement. Dans ce cas, le risque était en effet de devoir acquitter le montant des achats avant d'avoir tout écoulé – et d'avoir ainsi des difficultés à effectuer les paiements. Il était donc plus prudent de ne procéder qu'à des achats limités et fractionnés, quitte à se réapprovisionner fréquemment. Tout comme chez Dominique Jeandel étudié plus haut, le recours à plusieurs grossistes avec lesquels les relations étaient stables s'explique par la spécialisation des marchands-magasiniers dans certaines branches de produits : bien des marchands détaillants étant des merciers, ou des vendeurs d'étoffes très diverses, il leur fallait visiter plusieurs magasins pour composer leurs assortiments. Il s'agissait aussi dans une certaine mesure pour les détaillants de se laisser la possibilité de les mettre en concurrence. Ils souhaitaient sans doute enfin s'assurer par là d'une marge de sécurité, en ne dépendant pas d'un fournisseur unique susceptible de faire faillite.

Le mode d'approvisionnement des marchands détaillants, qui cherchaient à s'assurer de la qualité de leurs approvisionnements en comptant sur des fournisseurs fiables et fidèles tout en gardant la possibilité de mettre en concurrence les marchands-magasiniers, trouve une illustration dans les comptes de la Veuve Navière. Son mari, rapidement décédé, avait ouvert son magasin en 1754 : ils étaient donc de nouveaux grossistes sur la place de Nancy, devant se faire une réputation pour construire leur clientèle. Se recommander du marchand-magasinier Jacques Huyn, chez qui Dieudonné Navière avait été commis et qui lui avait cédé une partie de ses affaires, ne pouvait en cela suffire. Ils ont ainsi d'emblée été confrontés à cette mise en concurrence de la part des détaillants, qui cherchaient à tirer d'eux les meilleures conditions de vente : de fait, le nombre de « pratiques » - de clients réguliers – sur qui ils pouvaient compter au bout de quelques années était relativement limité. Le tableau suivant présente la durée des relations avec les détaillants ayant ouvert un compte chez les Navière à la création du magasin en 1754. Il a été dressé à partir du grand livre. Le décompte

s'arrête en 1762, année de la faillite de la Veuve Navière, qui voit la plupart de ses « pratiques » se détourner d'elle.

Durée des relations d'affaires avec la maison Navière des marchands ayant ouvert un compte en 1754		
Nombre d'années	Effectif	Proportion (en %)
8	33	27,5
7	11	9,2
6	8	6,7
5	10	8,3
4	5	4,2
3	5	4,2
2	21	17,5
1	27	22,5
Ensemble	120	100,0

Le noyau de clients fidèles était important, puisque plus du quart des marchands ayant effectué des achats à la maison Navière en 1754 restèrent en relations d'affaires avec elle jusqu'à sa faillite de 1762. Les difficultés financières de la Veuve Navière débutèrent en 1760 : ses approvisionnements s'en ressentirent probablement, détournant d'elle quelques détaillants ne trouvant plus l'offre disponible à leur convenance. On peut donc également compter comme clients fidèles ceux avec qui les relations s'étendirent sur six ou sept ans. C'est en fin de compte moins de la moitié des clients de la première année qui sont entrés dans des relations commerciales durables avec la maison - 43,4 %, plus précisément. Ce chiffre est du même ordre que celui des détaillants venus faire seulement quelques achats, pendant une année ou deux, sans entrer dans des relations suivies, qui s'élève tout juste à 40 %. En définitive, on constate une polarisation forte des relations entre marchands aux deux extrémités : ou bien les détaillants étaient satisfaits des premières prestations, et cherchaient à faire durer les affaires le plus longtemps possible, ou bien ils mettaient rapidement un terme aux commandes s'ils se trouvaient mieux servis par d'autres maisons.

3.2. Relations commerciales, crédits et délais de paiement

Du fait de la pratique généralisée du crédit dans la sphère commerciale, les gains des marchands étaient autant tributaires du niveau de leurs ventes que des rentrées d'argent effectives. En dépendait la possibilité pour les marchands-magasiniers de faire face à leurs échéances : comme tous les commerçants, ils étaient en effet tiraillés entre les versements des clients et les paiements à faire à leurs créanciers. Le trait principal du crédit entre marchands était la relative latitude laissée aux clients dans les durées de paiement – quand bien même les délais courants dans la province étaient de six à douze mois. Plus que le paiement « en leur temps des créances », ce qui importait surtout en définitive aux marchands-magasiniers était la continuation des affaires avec les clients les plus anciens. Cela n'empêchait pas cependant d'une part des procédures d'exécution envers les très mauvais payeurs et d'autre part des formes de discrimination envers les clients les moins prompts à payer.

3.2.1. Les délais de paiement effectifs sont compris entre six et douze mois

Tout comme entre les marchands-magasiniers et leurs fournisseurs extérieurs, les délais de paiement courants dans la province entre grossistes et détaillants étaient de six à douze mois. Même si l'on trouve des cas de vente au comptant, et si généralement les ventes s'accompagnaient au moins du versement d'un acompte, la pratique générale des marchands détaillants était de payer à crédit. Les fonds étaient en effet souvent difficiles à réunir pour réaliser un paiement comptant, et les correspondances marchandes laissent entendre que les achats étaient censés être payés grâce aux ventes – qui ne pouvaient être effectuées et dont les montants ne pouvaient être recouverts avant plusieurs mois⁵⁵⁴.

C'est ainsi que lors de la conclusion d'une vente les commerçants ne discutaient pas simplement des prix, mais aussi des modalités de paiement et des délais pour le faire⁵⁵⁵. Les détaillants devaient impérativement tenir compte de ces deux derniers éléments, qui contribuaient à fixer le coût réel de l'achat des marchandises. Les grossistes n'étaient en effet pas prêts à accepter n'importe quel moyen de paiement, et exprimaient en général une préférence pour les bonnes espèces – d'or ou d'argent – et pour les effets de commerce sur la Lorraine ou sur l'extérieur⁵⁵⁶. Se procurer de tels moyens de paiement avait toutefois un coût, les détaillants étant généralement payés par leurs clients en espèces communes : cela explique la plainte fréquente dans les correspondances que « l'argent est rare », signe des difficultés des commerçants à accéder localement aux espèces les plus recherchées. Par ailleurs, si le délai de paiement convenu à l'achat était trop resserré, les détaillants pouvaient éprouver des difficultés à payer leur fournisseur à temps : il était donc préférable pour les détaillants de solliciter des paiements à un an de terme, quitte à payer un peu plus cher leurs marchandises, que de prendre le risque d'un défaut de paiement qui entacherait leur réputation.

La question n'est dans le fond pas tant de savoir si les délais de paiement étaient convenablement tenus, que de mettre en évidence les réactions des grossistes lorsque leurs clients ne les payaient pas dans les temps. Il peut être intéressant pour ce faire d'étudier les comptes d'un marchand-magasinier et d'observer ses réactions face aux mauvais payeurs. L'étude des délais de paiement effectifs peut s'appuyer sur le dépouillement des comptes courants des clients des marchands-magasiniers. Sur la base de ces documents, il est difficile de suivre précisément le paiement d'une opération particulière, puisque dans les comptes débits et crédits se chevauchaient sans que les versements puissent être rapportés à une vente donnée. On peut cependant mettre en regard dans chaque compte les niveaux cumulés des achats et des paiements, et ainsi déterminer l'ampleur et la durée des découverts⁵⁵⁷. Ces calculs ont été effectués pour les quelques marchands sélectionnés au hasard parmi les 120 clients de la Veuve Navière étudiés plus haut.

⁵⁵⁴ Lettre de Claude PELLETIER de Charmes à la Veuve NAVIERE de Nancy du 20 juillet 1758, « il est vrai que je vous avais promis que je vous donnerais de l'argent. Le marchand qui m'avait promis, il n'est pas encore arrivé. Il faut donc avoir la bonté de m'attendre jusqu'à tout après la moisson faite. Je vous donnerai de l'argent le plus qu'il me sera possible ».

⁵⁵⁵ Lettre de Louis Pot-D'Argent, marchand de Sainte-Marie-aux-Mines du 10 juillet 1757 à la Veuve NAVIERE : « je vous prie de grâce de ne me point faire de frais car je travaille à faire votre fonds que je vous dois. Je vous l'apporterai dans le courant du mois prochain sans faute pour tout délai, et je ferai une nouvelle emplette pour 6 mois de terme ».

⁵⁵⁶ Cette exigence de paiements en bonnes espèces transparait dans les montants des remises des détaillants aux grossistes : on trouve bien souvent des sommes dont le montant est le multiple de 7,75 – c'est-à-dire la valeur en liv. l. à laquelle l'écu d'argent de France est reçu, le louis d'or l'étant à 31 liv. l. (soit quatre fois 7,75).

⁵⁵⁷ Des analyses de ce type ont été menées pour le Moyen Âge par l'historien italien Federigo MELIS, dans ses études réunies sous le titre *La banca pisana e le origini della banca moderna* (Florence : Le Monnier, 1987), pp. 82-109 («La Compagnia "Parazone e Donato" di Pisa e i conti correnti di corrispondenza», chapitre 2 de l'essai intitulé : "Note di storia della banca pisana nel Trecento").

Délais de paiement des créances chez la Vve Navière (1754-1760)	Charpentier (Badonviller)	Mébille (Lorquin)	Hottelin (Vergaville)	Fourquain (Nancy)	Hébert (Hattonchâtel)	Mercier frères (Vézelize)	Jacob (Lunéville)	Lambert (Nancy)	Cottinet (Nancy)	Vincenot (Noviant-aux-Prés)	Sœurs Meslin (Nancy)
< 1 mois	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 à 2 mois	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00
2 à 3 mois	0,11	0,00	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,21	0,00
3 à 6 mois	0,37	0,60	0,14	0,06	0,00	0,00	0,00	0,11	0,15	0,67	0,00
6 à 12 mois	0,47	0,40	0,77	0,44	0,45	0,00	0,11	0,89	0,67	0,04	0,57
> 12 mois	0,00	0,00	0,05	0,50	0,55	0,50	0,78	0,00	0,19	0,00	0,43
> 24 mois	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,11	0,00	0,00	0,00	0,00
Nombre d'achats	19	10	44	32	11	12	9	9	27	24	21

Sur 11 marchands, cinq accusent des retards de paiement très prononcés : la moitié des dettes de Fourquain et Hébert mettent ainsi plus d'un an à être réglées. C'est même la totalité chez Jacob et les frères Mercier. Au fil du temps, les sœurs Meslin ont quant à elles de plus en plus de difficultés à payer leurs dettes, et les paiements s'espacent progressivement. Les retards de paiement semblent être une donnée structurelle des relations commerciales des économies anciennes, pour des raisons souvent indépendantes de la volonté des marchands⁵⁵⁸. Chez la Veuve Navière, les mauvais payeurs sont cependant vraisemblablement surreprésentés, ce qui expliquerait sa faillite en 1760. Sa réaction face aux retards de paiement est cependant symptomatique des pratiques marchandes de l'époque : elle ne cesse pas les ventes à ces clients, et continue à les approvisionner. On retrouve exactement les mêmes manières de procéder chez les fournisseurs de François Rivet de Commercy dont les fournisseurs, malgré les délais de paiement démesurément longs – voire la pure et simple absence de paiement – qu'ils doivent subir, continuent à l'approvisionner⁵⁵⁹.

Que les marchands-magasiniers acceptent les commandes de leurs créanciers mauvais payeurs suggère qu'ils ne pouvaient se priver d'eux pour leur commerce. L'étroitesse du milieu commerçant lorrain, renforcée par la concurrence entre négociants des principales localités, faisait que les marchands grossistes ne disposaient pas de larges possibilités de choisir leurs correspondants. Il était donc indispensable de ne pas rompre les relations avec les clients mauvais payeurs – et ce d'autant plus que bien des difficultés à payer n'étaient que

⁵⁵⁸ Lettre de Nicolas ADAM d'Audun-le-Tiche à la Veuve NAVIERE de Nancy du 30 avril 1758 : « Le commerce ne va pas à présent. Je n'ai rien fait cette année. Comme j'ai eu l'honneur de vous le dire, notre village a été abîmé de grêle, et nos voisins. Cela n'incite pas, car l'on ne débite rien ».

⁵⁵⁹ Lettre de Husson du 9 février 1778 : « au passage de mon commis chez vous, vous lui avez dit que vous viendriez à Nancy aux fêtes de Noël pour me remettre alors les 1645 liv. 18. 3. que vous me devez d'échus, dont une partie du 3 septembre 1776. Marquez-moi si le temps ne vous permet pas de venir à Nancy, quand mon fils doit passer chez vous pour recevoir cette somme » ; autre lettre du 25 avril 1778 (« au dernier passage de mon commis, vous lui avez dit que vous viendriez avant Pâques me faire un bon paiement »). On peut supposer de très grandes difficultés financières chez FR, qui doit 8106 liv. 16 s. à Husson : « vous en devez de 19 mois passés, 18 mois et 16 mois, et deux autres parties de l'année révolue » (intérêt de ces remarques pour l'évaluation des délais de paiement jugés acceptables).

passagères, liées aux difficultés structurelles à recouvrer les sommes dues dans une économie reposant sur le crédit généralisé⁵⁶⁰. Les opérations de vente étaient donc vaille que vaille continuées avec ces marchands, dans l'attente de temps meilleurs⁵⁶¹.

L'envoi d'un commis et la discussion avec le client débiteur qui s'ensuivait était sans doute l'occasion de rappeler cet intérêt bien entendu des deux parties. Dans les faits, tout délai de paiement outrepassé donnait lieu à des négociations entre débiteur et créancier. Le recours à un déplacement spécial d'un commis n'était que le premier échelon d'une hiérarchie des moyens d'exécution contre les débiteurs récalcitrants ou retardataires. C'était déjà l'occasion, si besoin était, de faire planer des menaces sur les mauvais payeurs : « vous savez, écrivait le grossiste Jean Chausson à son commis Schock le 27 octobre 1752, qu'il m'en faut beaucoup (de l'argent) pour mes engagements de septembre. Voyez les bons marchands pour gagner leur confiance, et les autres pour les intimider ou les engager à se libérer. »⁵⁶² L'intimidation pouvait passer par des intérêts sur les sommes à payer, mais pouvait aussi donner lieu à une exclusion du cercle des « amis » privilégiés, en leur supprimant l'accès prioritaire à l'information sur les arrivages des marchandises. Ces menaces étaient généralement suffisantes à assurer un prompt paiement de tout ou partie des sommes dues⁵⁶³. A en juger par les activités de la justice consulaire, ces menaces n'étaient pas très souvent mises à exécution, les marchands-magasiniers préférant vraisemblablement trouver un terrain d'entente avec leurs clients voire subir les délais qu'on leur imposait.

3.2.2. *L'exécution judiciaire des paiements est peu pratiquée*

En Lorraine comme ailleurs, il était possible de contraindre les débiteurs récalcitrants à payer. Les dispositions suivaient celles ayant cours dans le droit commercial du Royaume, le « Code Savary » faisant par défaut fonction de code commercial en Lorraine⁵⁶⁴. Tout comme

⁵⁶⁰ Julian HOPPIT, *Risk and Failure in English Business 1700/1800*, Cambridge, UP, 1987.

⁵⁶¹ 49 B 540 à 542 : Correspondance passive de DESCHAMPS et MUET (1746 et 1747). Lettre de F. ARNAUD de Nancy du 18 décembre 1746 : « comme étant à Lunéville vous me promîtes que j'aurais l'honneur de voir M. DESCHAMPS le 10 du présent à son retour de PAM, ce dont j'ai été privé. Comme j'ai des engagements pour le 26 courant, je vous prie de me remettre le montant de ce que vous me devez d'échu depuis le 8 août dernier, ci-joint aussi le retard comme nous sommes d'accord. Et je vous serai obligé. J'attendais réponse de celle que je vous ai écrite le 10 dit, pour savoir si les échantillons des cotons que je vous ai envoyés vous conviennent ».

⁵⁶² AD 54, 49 B 490 : Correspondance passive de J. Chausson.

⁵⁶³ Lettre de LENOBLE de Vézelize à la Veuve NAVIERE du 3 janvier 1757, pour commander des étamettes, des draps, des toiles ; « si vous avez des étamettes, une pièce brune et une grise, je vous prie de me les envoyer par le carrosse jeudi prochain. M. votre frère m'a dit à son dernier voyage que vous attendiez des marchandises de Rouen. Quand elles seront arrivées, faites-moi en part, je ferai le voyage et tâcherai de vous faire le plus d'argent que pourrai ».

⁵⁶⁴ Apparemment, le Code Savary de 1673 y est appliqué, comme le suggèrent les données du contentieux du commerce. « De 67 liv. 17 s. pour frais du voyage fait à Lunéville par le comptable avec les sieurs Thomas, Puiseur et Coster l'aîné au 20 mai 1738 pour porter lesdits projets de Code et de règlements à M. le Chancelier et présenter requête au Conseil du commerce ». Date ? Mémoire du 23 janvier 1737 de Me Henri FOURNIER, avocat à la Cour, récapitulant les consultations et mémoires faites par lui au profit du corps des marchands : Apparemment, c'est à HF que l'on doit le travail sur le projet de Code de commerce, dont on a plusieurs mentions dans les comptes. S'est appuyé sur le Code Savary, sur les lois de Lorraine et aussi sur le « Code du Roi de Sardaigne ». Compte pour 1736 à 1739. Gestion Laurent LAUSSEL, compte rendu le 26 février 1740. 49 B 16 : comptes du corps des marchands de 1730 à 1745. Un mémoire adressé à un certain nombre de juridictions consulaires de France concernant le décret de l'Assemblée Nationale du 11 août 1790, qui en son article 13 prévoit que les juridictions consulaires ont une circonscription restreinte au district, que les départements en demanderaient l'établissement dans les districts où le besoin se ferait sentir, et que dans les autres cas, les affaires relevant des juridictions consulaires seraient jugées par les tribunaux ordinaires, selon les mêmes formes que les juges-consuls. « Dans la plupart des districts du département (de la Meurthe), le commerce est encore à son berceau ; s'il a déjà fait quelques pas vers la prospérité, ce n'est guère que dans la ville principale de la Meurthe ; encore un instant d'abandon le replongerait-il au néant dont l'avait tiré la sagesse de Léopold. En

en France, la signature d'un billet ou d'un arrêté de compte valait reconnaissance de dette, et possibilité pour les créanciers d'en exiger le paiement⁵⁶⁵. Les débiteurs disposaient cependant d'un certain nombre de garanties : pour forcer un débiteur à payer par sentence, une preuve écrite était indispensable⁵⁶⁶. Par ailleurs, un fournisseur ne pouvait attaquer son client pour non-paiement tant qu'il y avait continuité d'affaires – c'est-à-dire tant qu'il lui livrait des marchandises.

L'exécution judiciaire des paiements pouvait être décidée par des juges royaux ou par les juges consulaires⁵⁶⁷. Il est à vrai dire peu probable que les affaires pour fait de marchandise soient passées devant les juges du bailliage, dans la mesure où existait en Lorraine une Juridiction Consulaire, active depuis 1715 – et même depuis le XVe siècle sous la forme de tribunal du Corps des marchands. De fait, les cours ordinaires connaissaient très peu d'affaires entre marchands. Sans que l'on puisse conférer à nos sondages valeur de preuve irréfutable, la présence de marchands devant des juridictions moyennes ou inférieures comme les bailliages ou les prévôtés pour obtenir paiement de leur dû semble très restreinte. Sur 209 affaires instruites en 1725 par le tribunal de la prévôté et bailliage de Nancy, 46 impliquaient des personnes liées à la production artisanale ou au commerce, dont 17 seulement pour des questions de paiement⁵⁶⁸. Comme la description des affaires dans les feuilles d'audiences était très sommaire, il n'est même pas sûr que tous ces procès aient eu pour cause des ventes non acquittées. C'était en tout cas bien peu.

La Juridiction consulaire avait spécifiquement connaissance de tout le contentieux entre marchands, et supervisait également les procédures de faillite⁵⁶⁹. Ses juges rendaient des décisions rapides et son fonctionnement était très bon marché. On peut supposer que les marchands-magasiniers, qui comptaient parmi les plus gros marchands de Lorraine,

1715, ce prince créa à Nancy un tribunal consulaire, dont la juridiction embrasse toute l'étendue de ses anciennes possessions : elle est modelée sur celles de la France, et sans code marchand dans la province, c'est le choix des lois de commerce de ce Royaume que la jurisprudence a naturalisé parmi nous ». Compte pour 1788 à 1792. Gestion CHARPENTIER. 49 B 19 : Comptes du corps des marchands. 1776 à 1792.

⁵⁶⁵ Jean HILAIRE, *Introduction historique au droit commercial*, Paris, PUF, 1986.

⁵⁶⁶ SAVARY (1^o partie, Livre IV, chapitres 7 et 8). Le cas anglais, tel que présenté par Craig MULDREW, est spécifique des pays de *common law* = une procédure spécifique dans ces contrées, qui permet à des particuliers d'en attaquer d'autres pour non-respect des clauses d'un contrat oral. Valable dans le cas des dettes qui n'ont pas donné lieu à une reconnaissance écrite ! (*The Economy of Obligation: The Culture of Credit and Social Relations in Early Modern England*, Basingstoke, Macmillan Press, 1998 ; du même, "Credit and the Courts: Debt Litigation in a Seventeenth Century Urban Community", *The Economic History Review*, 46-1, 1993, pp. 23-38).

⁵⁶⁷ Pour un exemple d'utilisation des sources de la pratique judiciaire consulaire au XVIIIe siècle, voir : Amalia KESSLER, *A Revolution in Commerce : the Parisian Merchant Court and the Rise of Commercial Society in Eighteenth-Century France*, New Haven, Yale University Press, 2007.

⁵⁶⁸ Feuilles d'audiences (année 1725), AD 54, série 11 B.

⁵⁶⁹ MOUCHEREL, *Traité élémentaire et pratique sur l'administration de la Justice Consulaire de Lorraine et de Barrois*, Nancy, 1788 ; TOUBEAU, *Institutes de droit consulaire ou jurisprudence des marchands ; (?), Instruction sur les affaires contentieuses des négociants, la manière de les prévenir ou de les suivre dans les tribunaux*, Paris, 1786 ; (COUCHOT), *Le praticien des juges et des consuls, ou traité de commerce de terre et de mer*, Paris, 1742 ; Philippe BORNIER, *Ordonnance de Louis XIV sur le commerce, enrichie d'annotations et de décisions importantes*, Paris, 1767. BOUTARIC, *L'explication de l'Ordonnance concernant le commerce des négociants en gros et en détail de mars 1673*, 1743. JOUSSE, *Commentaire sur l'Ordonnance du commerce de mars 1673. Coutumes générales du duché de Lorraine, pour les bailliages de Nancy, Vosge et Allemagne*, Nancy, 1783. FERRIERE, Claude Joseph de *Dictionnaire de droit et de pratique*, Paris, 1758. GUYOT et MERLIN, *Répertoire universel et raisonné de jurisprudence civile, criminelle, canonique et bénéficiale*, Paris, 1775/1784. LEFEBVRE, Nicolas-Joseph *Pratique judiciaire de la Lorraine*, Nancy, 1771. THEVENEAU, N. *De la nature de tous contrats, pactions et convenances et substance d'iceux : traité utile et nécessaire*, Lyon, 1570. DUMOULIN, *Sommaire du livre analytique des contrats, usures, rentes constituées, intérêts et monnaies*, Paris, 1556.

pourraient trouver une oreille favorable auprès des juges-consuls⁵⁷⁰. L'analyse des affaires traitées par la justice consulaire de Nancy montre qu'en réalité l'exécution judiciaire des paiements était peu pratiquée. Sans aller jusqu'à dire que le respect des délais de paiement convenus à la conclusion de la vente était systématique, il apparaît que les grossistes ne contraignaient leurs débiteurs retardataires à payer les sommes dues qu'en dernière extrémité.

Nature du contentieux	1724-1726		1745-1750	
	Nombre d'affaires	Part en %	Nombre d'affaires	Part en %
Qualité des marchandises	11	4,2	11	2,4
Acheminement des marchandises	12	4,5	12	2,6
Paiements	226	85,6	361	77,8
Questions de procédure	14	5,3	78	16,8
Dissolution de société	1	0,4	2	0,4
Ensemble	264	100,0	464	100,0

Pour la période 1724-1726, nous pouvons déterminer la nature de 264 affaires traitées par la juridiction consulaire sur un total de 350. Pour la seconde césure, où la précision des relevés est moindre, cela est possible pour 464 affaires sur 1113. Dans les deux cas, il apparaît que c'est principalement pour des questions de paiement de marchandises fournies que les juges-consuls étaient sollicités. Un certain nombre d'affaires de paiement sont présentées avec suffisamment de précision dans les relevés de la justice consulaire pour être étudiées plus en détail. La majorité d'entre elles concernait des relations entre commerçants des espaces lorrains.

Origine géographique des demandeurs dans les affaires de paiement	1724-1726		1745-1750	
	Nombre d'affaires	Part en %	Nombre d'affaires	Part en %
France (hors Trois-Evêchés)	35	15,5	137	38,0
Saint-Empire	22	9,7	7	1,9
Suisse	5	2,2	14	3,9
Provinces-Unies et Pays-Bas	2	0,9	2	0,6
Lorraine	146	64,6	172	47,6
Trois-Evêchés	16	7,1	29	8,0
Ensemble	226	100,0	361	100,0

Il s'avère que les demandeurs lorrains dans les affaires de paiement n'étaient pas majoritairement des grossistes, quand bien même ceux-ci étaient fortement représentés : dans

⁵⁷⁰ AD 54, 49 B 46 : Relevé des arrêts et des sentences de la Juridiction Consulaire de Lorraine et Barrois (1745/1748)

la plupart des cas, le contentieux concernait des marchands détaillants ou des artisans entre eux. On ne peut donc pas considérer que les grossistes lorrains utilisaient la justice consulaire à leur profit pour faire payer leurs débiteurs récalcitrants : au contraire, ils ne semblaient utiliser cette institution qu'avec une certaine parcimonie.

Activité exercée par les demandeurs lorrains pour cause de paiement	1724-1726		1745-1750	
	Nombre d'affaires	Part en %	Nombre d'affaires	Part en %
Marchand-magasinier	44	30,1	51	29,7
Marchand-banquier	25	17,1	14	8,1
Autre marchand	59	40,4	86	50,0
Artisan	8	5,5	4	2,3
Particulier	3	2,1	7	4,1
Sans spécification	7	4,8	10	5,8
Ensemble	146	100,0	172	100,0

Pendant la première césure, la mieux documentée, les grossistes n'ont poursuivi des détaillants devant la justice consulaire qu'à une quarantaine de reprises en trois ans – probablement une soixantaine, si l'on tient compte des affaires non spécifiées. La justice consulaire de Nancy ne recevait donc qu'une vingtaine de plaintes par an émanant de grossistes pour défaut de paiement de leurs débiteurs, ce qui est en somme assez peu. Devant l'imprécision des registres d'audience, en particulier pour le milieu du siècle, il n'est pas possible de déterminer l'objet de chaque affaire. Sur 146 affaires de paiement entre 1724 et 1726, 124 sont suffisamment détaillées : 60 d'entre elles concernaient des marchands-magasiniers ou des banquiers. Pour la période 1745-1750, les chiffres sont respectivement de 65 et 24 seulement. Les demandes d'exécution judiciaire de paiements en retard étaient majoritaires dans l'ensemble de ces affaires, mais représentaient en fait un nombre limité par rapport à l'ensemble des activités de la justice consulaire.

Nature du contentieux sur les paiements	1724-1726		1745-1750	
	Nombre d'affaires	Fréquence	Nombre d'affaires	Fréquence
Effets protestés ou non payés	22	0,37	8	0,33
Retard de paiement	36	0,60	6	0,25
Mésentente sur les termes de paiement	1	0,02	10	0,42
Remboursement	1	0,02	0	0,00
Ensemble	60	1,00	24	1,00

Les marchands demandeurs devant la Juridiction Consulaire semblaient ne recourir à cette voie d'exécution qu'en dernière extrémité, et donnaient l'impression de ne l'utiliser qu'à contrecœur. Dans les quelques cas où nous pouvons l'observer, le délai est ainsi très long

entre la date à laquelle la créance est payable, c'est-à-dire exécutoire par voie de justice en cas de non paiement, et le moment où la procédure d'exécution est lancée devant les juges-consuls.

Si le recours à ce type de décision judiciaire était parcimonieux, il n'en était pas moins efficace : dans la plupart des cas, les défendeurs étaient condamnés au paiement des sommes dues, ainsi qu'à celui des frais de justice. Les juges-consuls étaient en particulier intraitables lorsque les défendeurs étaient non comparants. Assignés pour reconnaître leur signature au bas du billet, nombre d'entre eux ne se rendaient pas à la convocation. Ils étaient dans ce cas systématiquement condamnés, leur signature étant considérée comme reconnue sans qu'ils soient assignés une seconde fois. Selon toute vraisemblance, ces non-comparants étaient de petits marchands vivant loin de Nancy, et qui ne pouvaient se permettre de se rendre expressément dans cette ville, voire ne pouvaient payer les frais d'un avocat. Les petits marchands attaqués devant la Justice Consulaire avaient donc de fortes chances de se trouver condamnés : en ce sens, pour des raisons structurelles, les juges-consuls servaient de fait les intérêts des plus gros marchands.

Dans l'ensemble cependant, bien que très dissuasive, l'arme judiciaire était très peu employée par les marchands-magasiniers : elle n'était pas utilisée délibérément pour renforcer leur domination commerciale. Cela signifie que les grossistes lorrains, en cas de paiement en retard, préféraient composer avec leurs débiteurs – même lorsqu'un billet avait été signé ou qu'un compte avait été arrêté. Le faible recours des marchands grossistes à la justice consulaire pour faire exécuter les paiements s'explique sans doute par des raisons structurelles. Etant donnée en effet l'étroitesse du milieu marchand de la province, les petits détaillants n'avaient en fait pas vraiment de possibilité de choisir leurs fournisseurs : les marchands-magasiniers étaient au plus une cinquantaine vers 1750. La forte endogamie du milieu rendait par là même impossible de faire défaut aux uns sans menacer son crédit auprès des autres. La structure socioéconomique, de type oligopolistique, la concentration géographique de l'élite du monde de la marchandise lorrain et les « effets de réputation » induits pouvaient donc fortement inciter les détaillants à exécuter leurs paiements à temps⁵⁷¹. On a vu par ailleurs la grande diversité des fonds de magasin des grossistes : si certains produits de très forte consommation se retrouvaient chez tous les marchands-magasiniers, ces derniers s'efforçaient de proposer des produits différents de leurs collègues-concurrents. On peut donc penser qu'en se privant des services d'un marchand-magasinier particulier, on se privait de l'accès aisé à un certain type de produits. La contrainte socioéconomique au paiement des créances qui pesait sur les détaillants était ainsi considérable.

3.3. Les marchands-magasiniers ne bénéficiaient pas d'un « surprofit monopolistique »

Il est difficile de parler de prix de monopole concernant les marchands-magasiniers. Dans les faits, nous pensons pouvoir montrer que le niveau de leurs gains était assez limité, les taux de marge qu'ils réalisaient étant assez restreints et ne leur permettant en aucun cas de réaliser de « surprofit monopolistique »⁵⁷². Il est très difficile, voire impossible, de calculer un taux de profit pour les firmes marchandes de la période préindustrielle, singulièrement pour les espaces lorrains. Cela tient à l'absence fréquente d'enregistrement des coûts et frais de gestion de la maison de commerce dans les comptabilités, qui étaient tenues en partie simple et ne relevaient que les flux de crédit avec les fournisseurs et les acheteurs de marchandises. Il est cependant possible, bien que moins satisfaisant, de calculer des taux de marge brute : si l'on ne peut bien sûr pas assimiler les taux de marge aux taux de profits, il va de soi que les

⁵⁷¹ On rejoint ici les hypothèses de Timothy GUINNANE sur la « confiance », le crédit et leurs déterminants sociaux.

⁵⁷² GERVAIS, *Les origines de la Révolution industrielle aux Etats-Unis*, p. 38.

gains effectifs des marchands étaient conditionnés par les taux de marge, ceux-ci étant nécessairement plus élevés que les taux de profit. Or, il apparaît justement que ces taux de marge étaient relativement bas.

3.3.1. Le calcul des taux de marge brute

Pourquoi et comment calculer des taux de marge ?

Les comptabilités marchandes dont nous disposons ne nous permettent pas de calculer des taux de profits globaux – à supposer même qu’une telle entreprise soit réalisable. L’information contenue dans les comptes des marchands lorrains est trop incomplète pour le permettre. Les comptabilités disponibles étaient en effet sauf exception tenues en partie simple : les livres-journaux ne relevaient que les opérations d’achat ou de vente de marchandises, sans d’ailleurs toujours préciser les délais de paiement effectifs, et les grands livres d’achats et de ventes n’étaient que des synthèses des comptes personnels. Aucun relevé systématique des coûts commerciaux n’était dressé : le prix des voitures restait dans l’ombre, tout comme les frais de gestion de la boutique ou du magasin - coût d’entretien des locaux, de conservation des marchandises, paiement des commis, frais de correspondance⁵⁷³. De ce fait, tout calcul d’un taux de profit est inenvisageable à partir de comptabilités en partie simple. A vrai dire, dans le seul cas de comptabilité en partie double conservé, les divers frais n’étaient pas non plus relevés : on rejoint donc ici les observations de Pierre Gervais, qui voit dans les comptabilités un état de situation des crédits, plus qu’un instrument de la mesure du profit⁵⁷⁴.

Nous n’avons au demeurant pas relevé une seule mention de taux de profit dans tous nos dépouillements : la seule tentative d’estimation d’un gain global rencontrée est extrêmement rudimentaire, le marchand se bornant à comparer l’état général de ses actifs entre deux dates. Les tentatives d’estimation de gain par les marchands se faisaient plutôt sur des opérations ponctuelles : ils comparaient le prix d’achat de la marchandise avec son prix de vente pour calculer un taux de marge brut. En l’absence de calcul du niveau des frais commerciaux, était-il en fait possible de faire vraiment mieux ? Le principal souci des marchands était semble-t-il de maintenir ce taux de marge au moins au niveau de l’intérêt de l’argent - 6 % par an -, qui leur servait de point de référence constant : pourquoi en effet se mêler de marchandise quand on gagnait davantage dans le prêt à intérêt ? En lieu et place d’un calcul global sur le taux de profit, les marchands se livraient plutôt à une comparaison systématique des gains réalisés sur chaque opération particulière avec le taux d’intérêt courant⁵⁷⁵.

Nous allons ici, à partir des comptabilités de quelques marchands-magasiniers, calculer les taux de marge brute réalisés sur quelques produits de large diffusion. La pratique chez les commerçants des économies préindustrielles n’était pas de vendre à prix fixe : pour chaque produit, nous ne disposons donc pas d’un prix unique, mais plutôt d’un ensemble de prix gravitant autour d’une valeur de référence⁵⁷⁶. Cela nous permet toutefois, en comparant les prix d’achat à l’importation et les prix de vente en gros en Lorraine, de calculer la fourchette dans laquelle les taux de marges étaient compris. Nous y avons procédé à partir des fonds de quelques marchands sur une période d’un an seulement : nous pensons ainsi limiter

⁵⁷³ Richard GRASSBY, “The rate of profit in 17th century England”, *English Historical Review*, LXXXIV, 1969, p. 721 à 724.

⁵⁷⁴ Pierre GERVAIS, “Why profit and loss didn’t matter: the historicized rationality of early modern merchant accounting”, in Pierre GERVAIS, Yannick LEMARCHAND et Dominique MARGAIRAZ (dir.), *Merchants and Profit in the Age of Commerce 1680-1830*, Londres, Pickering & Chatto, 2014, pp. 33-51.

⁵⁷⁵ GRENIER, *L’économie d’Ancien Régime*.

⁵⁷⁶ GRENIER, *L’économie d’Ancien Régime*.

les effets de l'inflation, au demeurant faible, qui contribuerait à fausser le niveau des prix relevés.

La sélection des données

Pour obtenir l'image la plus précise possible des taux de marges pratiqués dans le commerce de gros, nous avons utilisé plusieurs fonds de grossistes et de détaillants. Nous avons tout d'abord choisi ceux du grossiste en épicerie Jean Chausson, pour lequel nous disposons d'un journal d'achats et d'un journal des ventes pour les années 1751 et 1752. Pour comparer les gains entre les différentes branches du commerce, nous avons également utilisé les fonds de la veuve Navière, grossiste en étoffes, pour laquelle nous possédons des documents semblables pour les années 1759 et 1760. Chez ces deux marchands, les livres-journaux indiquent pour chaque opération d'achat et de vente le partenaire commercial concerné, et décrivent avec une précision suffisante pour notre enquête les produits vendus.

Pour tester la validité de nos résultats, nous pouvons utiliser en contrepoint quelques données tirées de comptes de marchands détaillants. Nous disposons du « livre des factures » de Pierre Claux de Vrécourt pour la période 1727-1731 et de celui de Charles Barthélemy de Marsal pour les années 1739-1760. Les comptes de leurs fournisseurs n'ont pas été conservés, mais les livres d'achats de Germain Empereur pour les périodes 1729 à 1731 et 1751 à 1755 peuvent les suppléer, en nous donnant le prix d'achat de diverses marchandises par les grands marchands importateurs : Empereur, pratiquant à l'occasion le commerce de gros et de demi-gros, était en effet considéré comme l'un des principaux négociants de Lorraine par ses fournisseurs lyonnais⁵⁷⁷. Les prix auxquels les marchandises lui étaient passées en France comme à Francfort ou en Suisse étaient de fait les mêmes que ceux dont bénéficiaient les marchands-magasiniers. Nous utiliserons donc ces trois fonds pour préciser l'image obtenue à partir des comptes de la Veuve Navière.

3.3.2. Des taux de marge brute modérés chez les marchands-magasiniers

L'analyse des taux de marge laisse apparaître une grande diversité entre les produits quant aux gains qu'ils permettaient : de toute évidence, les commerçants n'appliquaient pas de taux de marge uniforme aux marchandises qu'ils écoulaient.

⁵⁷⁷ Lettre du ??? 1724, de HENRY, marchand de Saint-Dié, qui demande des échantillons. « Comme vous m'aviez promis à mon dernier voyage à Nancy qu'aussitôt vos marchandises arrivées, vous m'enverriez des échantillons (...) ». Demande des étamines. « Je suis persuadé que vous pouvez les passer à aussi juste prix qu'aucun marchand magasinier de votre ville, puisque vous avez été vous-même sur les lieux ».

Taux de marge par aune d'étoffe chez la Vve Navière (1757/1758)	Prix d'achat en sous l.		Prix de vente en sous l.		Marge unitaire en %	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Cadis	23,9	25,2	26,0	28,0	3,2	17,2
Camelot	25,6	25,6	28,0	31,0	9,4	21,1
Camelot popeliné	26,4	27,0	29,0	31,0	7,4	17,4
Dauphine	28,4	29,7	30,5	35,0	2,7	23,2
Etamine du Mans	55,5	55,5	52,0	70,0	-6,3	26,1
Flanelle	39,0	53,0	60,0	72,0	13,2	84,6
Grenat	25,2	25,2	27,0	30,0	7,1	19,0
Indiennes ordinaires	26,8	28,1	27,5	29,0	-2,1	8,2
Mousseline ordinaire	30,1	30,1	42,0	43,0	39,5	42,9
Padoux	59,4	59,4	60,0	70,0	1,0	17,8
Pluche	59,0	60,0	57,0	64,0	-5,0	8,5
Siamoise 3/4	31,0	41,3	40,0	47,0	-3,1	51,6
Toile de Paris	32,3	34,9	36,0	38,0	3,2	17,6
Calamandre	36,8	38,8	43,0	45,0	10,8	22,3

Ces chiffres, tirés de l'analyse des comptes de la Veuve Navière, n'ont rien d'aberrant : ils sont confirmés par les calculs opérés à partir des fonds des marchands détaillants.

Taux de marge des marchands-magasiniers avec différents détaillants pour plusieurs produits	Pierre Claux (Vrécourt) Années 1730		Charles Trocquet (Pont-à-Mousson) 1728		Charles Barthélemy (Dieuze) Années 1750	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Dauphine	4,4	9,7	4,4	6,5	-8,8	6,3
Drap du Nord ordinaire	9,9	21,6	11,6	19,8	5,6	9,7
Droguet d'Angleterre ordinaire	-3,2	15,4			7,1	14,3
Flanelle de Berlin	11,4	18,8	13,7	18,8		
Indienne ordinaire	-5,2	23,0			-20,2	2,9
Molleton	-6,3	4,4	4,3	20,2		

Cette grande diversité des taux de marges n'était pas une spécificité du commerce des étoffes : on la retrouvait également dans celui des épicereries.

Taux de marge par lb. d'épicerie chez Jean Chausson (1751)	Prix d'achat en sous l.		Prix de vente en sous l.		Marge unitaire en %	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Sucre mélisse	12,4	13,6	15,0	16,0	10,3	29,0
Sucre candi	17,7		28,0	30,0	58,2	69,5
Thé (bouy)	57,0	63,0	77,0	80,0	22,2	40,4
Café de Saint-Domingue	22,0	24,0	21,0	24,0	-12,5	9,1
Café moka	48,0		60,0	75,0	25,0	56,3
Poivre	26,6	32,0	32,0	34,0	0,0	27,8
Coton en mèches	53,0		55,0	60,0	3,8	13,2

Pour la plupart des types d'étoffes, les marchands-magasiniers réalisaient des marges brutes comprises entre 5 et 20 % : la fourchette basse s'étendait entre 0 et 15 %, quand la fourchette haute pouvait atteindre 30 et 50 %⁵⁷⁸. Des amplitudes similaires se retrouvaient pour les marges brutes sur les denrées coloniales et l'épicerie : 10 à 25 % en fourchette basse, 30 à 40 % en fourchette commune et 50 à 70 % en fourchette haute. Les produits à marge brute basse étant également les plus demandés par les consommateurs, il n'était pas possible

⁵⁷⁸ Les ordres de grandeur des taux de marge pour les étoffes sont confirmés par les correspondances. Lettre de Coster le jeune du 10 avril 1751 à Germain Empereur : « M. LOUIS m'a fait remettre de votre part 99 écus de France faisant 594 livres (tournois), j'en ai passé écriture de conformité à la chère du 9 du courant. J'ai des Ségovies noirs qui me coûtent 3 liv. 13 s. de France et que je ne peux établir au-dessous de 5 liv. de l'aune, mais la qualité est parfaite ». En fait, il semblerait bien que les ventes se font aux marchands lorrains en aunes de France, mais en livres lorraines. 3 liv. t. 13 s. font 4 liv. l. 14 s. 6 d. ; une vente à 5 liv. l. minimum fait un taux de marge minimal de 6,2 %.

aux marchands de n'écouler que des produits à marge brute haute. Tout l'art des commerçants était donc de composer des assortiments de marchandises leur permettant de compenser les faibles gains, voire dans certains cas les pertes, sur certains produits par des retours élevés sur d'autres. Les marchands ne devaient donc pas tenir seulement compte de la qualité des produits pour composer leurs assortiments, mais devaient également panacher les produits selon les gains putatifs qu'ils en pouvaient tirer - contraintes pratiques qui en réalité se posent également aux commerçants contemporains.

La différence de niveau entre les taux de marge brute de l'épicerie et du commerce des étoffes était très marquée - ceux-ci étant inférieurs à ceux-là de 15 à 20 points environ. Cela s'explique dans une large mesure par les coûts d'acheminement des marchandises dans la province. On peut estimer le coût d'acheminement à 4 à 5 % du prix d'achat environ dans le cas des étoffes de prix moyen ; dans le cas de l'épicerie, il fallait plutôt compter 15 % environ pour les produits les plus chers et plus de 40 % pour les produits pondéreux⁵⁷⁹. Dans les faits, une fois défalqué le prix d'acheminement, les marges nettes dans l'épicerie et le commerce des étoffes tendaient à converger autour de 5 ou 10 %. La rémunération effective de la fonction d'intermédiation tendait donc tous produits confondus vers les 5 % hors prix des voitures qu'accordaient aux grossistes les promoteurs du Maximum Général.

Pour en revenir à notre question initiale, peut-on réellement parler de prix de monopole dans le cas des marchands-magasiniers ? Il faudrait pour cela que leurs marges fussent nettement plus élevées que celles qui avaient cours dans le commerce de gros à la même époque dans les espaces environnants. Les correspondances échangées entre les marchands regorgeaient en fait de plaintes, plus ou moins sincères, sur l'étroitesse des gains réalisés. A en croire les fournisseurs de la Veuve Navière, grossiste de Nancy, ils ne gagnaient guère au-delà du taux d'intérêt de l'argent - 6 % pour la France d'Ancien Régime⁵⁸⁰. J. Proust de Nogent-le-Rotrou, le 26 avril 1758, écrivait ainsi : « je trouve que le profit y est si borné qu'il serait plus avantageux de mettre son argent sur la place ». Quelques données plus précises semblent confirmer ces affirmations. Une lettre de Belly père, fils et Cie de Troyes du 14 novembre 1753 à la Veuve Navière indique ainsi :

« Vous nous dites que vous comptez nous remettre à Noël payable en mars et avril ; nous serions fâchés de vous gêner, mais nous vous prions de faire attention que nous gagnons peu, et que nous bornons notre bénéfice pour le terme de 6 mois ; en l'allongeant à un an, le retard nous ôterait tout notre profit. C'est pourquoi nous vous prions de nous remettre le plus prompt que vous nous marquez ».

La lettre laisse entendre que le gain réalisé par les marchands est ainsi totalement annulé au bout d'un an. Les marchands raisonnent implicitement par rapport au taux d'intérêt : une créance en souffrance pendant un an ne leur rapporte rien, alors que son montant aurait pu rapporter 6 % s'il avait été prêté à intérêt. La société Belly et Cie vend donc à l'en croire ses marchandises avec des marges de 6 % environ : avec une créance payée au bout de six mois, le gain effectif est de 3 %, ce qui justifie qu'ils parlent de bénéfice « borné ». Il semble quoi qu'il en soit difficile de parler de prix de monopole dans le cas lorrain, puisque les marges des grossistes concordaient avec celles que l'on retrouvait dans l'espace français⁵⁸¹. Vu l'intensité des relations économiques de la Lorraine avec les espaces environnants, il eût en tout cas été surprenant que les marchands-magasiniers aient pu imposer

⁵⁷⁹ Voir l'étude des prix d'acheminement dans la province au chapitre 1 de cette partie.

⁵⁸⁰ Correspondance passive de la Veuve Navière (1757 à 1759), AD 54, 49 B 718 et 719.

⁵⁸¹ A en croire Guillaume DAUDIN, les gains réalisés dans le grand commerce atlantique étaient également du même ordre, malgré l'énormité des écarts entre les différentes expéditions (*Commerce et prospérité : la France au XVIIIe siècle*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2005, pp. 273-360).

des prix trop élevés. Le niveau de leurs prix de vente était au demeurant tempéré par les gestes commerciaux dont ils faisaient bénéficier leurs clients les plus fidèles.

De la boutique à la consommation

Les boutiques et l'intégration des marchés de consommation dans la Lorraine de la fin du XVIIIe siècle (années 1760/années 1790).

Si l'Europe du XVIIIe siècle a connu un accroissement de la consommation et vu la diffusion de nouveaux produits, ces évolutions se sont faites de manière très inégalitaire. Nombre d'études d'inventaires après décès mettent en évidence les très grandes inégalités d'équipement en divers produits de consommation selon les catégories sociales et les lieux⁵⁸². Dans l'ensemble, les riches et les membres de corps de métiers mêlés à la circulation des marchandises étaient les plus sensibles à la nouveauté, et les villes voyaient les produits se diffuser plus rapidement que les campagnes. Dans des sociétés encore profondément fixistes et hiérarchiques, le poids des normes de comportement liées au statut social se faisait sentir dans les modèles de consommation. Il se peut en outre qu'une certaine « mentalité paysanne », rétive à l'adoption des nouveautés, ait retardé l'adoption dans les campagnes d'un certain nombre de nouveaux produits (*new items*) se diffusant au XVIIIe siècle.

Cette image, globalement recevable, appelle force nuances. Les travaux de Lorna Weatherill ou de Mark Overton sur l'Angleterre de la fin du XVIIe et du début du XVIIIe siècle mettent ainsi en évidence l'existence de modèles régionaux de consommation : les gradients de consommation étaient semble-t-il plus importants entre les différentes régions qu'au sein de chaque région prise isolément⁵⁸³. Les différences entre les villes et les campagnes tenaient en fait surtout à la diffusion inégale des biens les plus luxueux, les plus modernes, ou encore à certains produits culturels comme les livres. Sans être négligeables, les écarts de consommation entre les villes et les campagnes doivent être ainsi fortement nuancés, si bien qu'il n'est pas excessif de parler d'intégration régionale des marchés de consommation⁵⁸⁴. L'objet de ce chapitre sera de prendre la mesure de l'ampleur de l'intégration régionale des consommations dans l'espace lorrain. Il s'agit également d'en interroger les causes, en cherchant notamment à mettre en évidence la contribution de l'appareil commercial à l'uniformisation (relative) des consommations à l'échelle régionale.

Nous avons déjà dressé un tableau satisfaisant de la localisation des boutiques sur le territoire lorrain. Il s'agit maintenant de comprendre quelle était leur contribution concrète à la circulation des marchandises. Cela suppose de déterminer les marchandises vendues par les différentes boutiques, le niveau d'affaires de ces boutiques et l'aire de desserte (de chalandise) de chacune d'elles. En d'autres termes, que vendait-on dans les différentes

⁵⁸² Dominique MARGAIRAZ, "City and country: home, possessions and diet, Western Europe 1600-1800", in Frank TRENTMANN (dir.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, University Press, 2012, pp. 198-206 ; Jan DE VRIES, "Peasant demand patterns and economic development: Friesland 1550-1750", in William N. PARKER et Eric L. JONES (dir.), *European Peasants and their Markets. Essays in Agrarian History*, Princeton (NJ), University Press, 1975, pp. 205-266 ; Jon STOBART et Alastair OWENS, *Urban Fortunes: Property and Inheritance in the Town, 1700-1900*, Aldershot, Ashgate, 2000.

⁵⁸³ Lorna WEATHERILL, *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660-1760*, Londres/New York, Routledge, 1988, pp. 43-69 ; Mark OVERTON, Jane WHITTLE, Darron DEAN and Andrew HANN, *Production and Consumption in English Households, 1600-1750*, Londres, Routledge, 2004. Pour les espaces français, voir : Thomas LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France à la fin du XVIIIe siècle : les contrastes économiques régionaux de l'espace français à travers les archives du Maximum*, Paris, Nathan, 1996.

⁵⁸⁴ La définition que Weatherill donne de la ville est assez communément reçue : est centre urbain toute agglomération de plus de 2.000 habitants, dotée d'un marché et de fonctions centrales - administratives, religieuses ou culturelles -, dont une part importante des habitants vit d'activités non-agricoles destinées à fournir en biens et services les populations des espaces environnants.

boutiques, pour quels volumes, et quels territoires étaient desservis par elles ? Notre travail repose dans une large mesure sur l'analyse des inventaires des actifs déposés au greffe de la Juridiction Consulaire de Nancy par les marchands sollicitant un atermolement de leurs créanciers. Il va s'agir pour nous de mettre en évidence les types de marchands détaillants actifs dans les différentes localités, d'étudier leur niveau de spécialisation ainsi que la composition de leurs fonds de boutique. Il devient dès lors possible d'étudier concrètement la diffusion des marchandises dans la province.

1. L'uniformisation des modes de consommation dans la Lorraine méridionale à la fin du XVIII^e siècle

Aucune enquête systématique d'administrateurs de l'époque ne nous donne de tableau de la consommation des différentes catégories sociales – hormis quelques remarques incidentes chez Lazowski, qui suggèrent une consommation massive et généralisée de quelques étoffes ou cotonnades de qualité moyenne ou médiocre. Sauf pour certains petits territoires comme le Clermontois en 1785, aucune évaluation du niveau de la consommation annuelle des différents espaces ou des différentes localités n'a été effectuée. Sommes-nous pour autant démunis pour mener une étude globale des différentiels sociaux et spatiaux de la consommation ? Non, car les données du Maximum Général, disponibles pour une bonne partie des départements de la Meuse et des Vosges, ainsi que pour le district de Nancy, nous permettent d'étudier la diffusion des différents biens de consommation à l'intérieur de la province à la fin des années 1780 et au début des années 1790. En première approximation, cela nous donne un aperçu des différentiels territoriaux de consommation dans la Lorraine dans les années 1760/1790, et de formuler des hypothèses les expliquant.

A défaut de pouvoir étudier directement les volumes consommés dans les différentes localités, les tableaux du Maximum présentent les profils généraux de la consommation de différents territoires. Nous pouvons pour ce faire nous appuyer sur les tableaux du Maximum Général des prix ou « deuxième Maximum », élaborés par le gouvernement révolutionnaire français en 1794 par les décrets de Ventôse An II⁵⁸⁵. On devait en dresser un par district – cette subdivision administrative passant pour former un espace économique cohérent, organisé par un ensemble de marchés, de foires et de places commerciales fonctionnant de manière plus ou moins associée⁵⁸⁶. Thomas Le Roux a montré le parti que l'on pouvait tirer de la confrontation des tableaux de districts proches pour l'étude des modèles locaux de consommation⁵⁸⁷. Il suggère en outre qu'une étude des modèles régionaux de consommation serait possible, par le recoupement de plusieurs tableaux locaux de bonne qualité⁵⁸⁸. Nous nous proposons ici de le suivre pour mettre en évidence les profils de consommation des différents territoires de notre espace de prospection.

1.1. Les tableaux du Maximum Général et l'étude des modèles régionaux de consommation

⁵⁸⁵ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 27-33.

⁵⁸⁶ Marie-Vic OZOUF-MARIGNIER, *La formation des départements : la représentation du territoire français à la fin du XVIII^e siècle*, Paris, Editions de l'EHESS, 1992.

⁵⁸⁷ « L'étude de la liste des produits consommés par les districts peut nous amener à l'étude des systèmes de consommation, qui peuvent refléter leur état de développement, voire de civilisation. » (LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, p. 18).

⁵⁸⁸ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 173-177. Il ébauche d'ailleurs une telle étude pour le Limousin, pour mettre en évidence les différences de consommation entre districts « urbains » et « ruraux ».

1.1.1. Le choix des districts à étudier

Nous comptons sur ces tableaux pour nous indiquer les différentiels de consommation entre les grandes villes, les petites villes et les bourgs, et les campagnes. En effet, si les districts étaient globalement de taille comparable, ils se distinguaient par leur niveau de population et par la taille des agglomérations comprises dans leurs limites⁵⁸⁹. Sauf exception, le chef-lieu de district en était également la plus grande agglomération – c'est tout du moins le cas en Lorraine. Ainsi, selon la taille du chef-lieu ou de la localité principale, on peut distinguer des districts « urbains », marqués par la présence d'une ville de grande taille, et des districts « ruraux », là où la plus grande agglomération est un bourg ou une toute petite ville, qui se distingue peu par la ventilation socioprofessionnelle de leur population des espaces ruraux environnants⁵⁹⁰.

Il va de soi qu'une telle approche ne nous renseigne pas directement sur les consommations rurales. Dans quelle mesure en effet les populations des campagnes participaient-elles aux consommations des populations des villes et des bourgs ? Il se peut fort bien en effet que les habitants des chefs-lieux de district aient une consommation bien plus diversifiée que ceux des campagnes environnantes. Ainsi, ce que nous prenons pour des écarts de consommation entre « districts urbains » et « districts ruraux » peut très bien n'être qu'une différence de consommation entre villes et bourgs. Les écarts entre les districts n'en sont pas moins significatifs de modèles de consommation distincts existant à l'échelle régionale : ils nous permettent en particulier de prendre une première mesure du niveau d'intégration des marchés de consommation.

Le bon état de conservation des tableaux des districts de Nancy, de Bar-le-Duc, de Commercy ainsi que de la quasi-totalité de ceux des Vosges nous permet de mener cette étude au niveau de la Lorraine méridionale, ainsi que pour quelques districts de Lorraine centrale⁵⁹¹. Nous avons distingué deux types de districts selon le poids des villes en leur sein⁵⁹². Sont considérés « urbains » les districts marqués par la présence d'une agglomération importante, indiscutablement urbaine (comptant plus de 5.000 habitants), ou alors ceux comptant une ou plusieurs villes (définies comme des localités à la population agglomérée au chef-lieu comptant plus de 2.000 habitants) dont la population urbaine est supérieure à la moyenne française de l'époque (autour de 15 %)⁵⁹³. Les résultats pour les districts concernés sont les suivants :

⁵⁸⁹ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 81-90 ; OZOUF-MARIGNIER, *La formation des départements*, pp. 109-121 et 262-280.

⁵⁹⁰ Pour distinguer la « ville » des « bourgs », nous reprendrons ici la typologie proposée dans le troisième chapitre de la première partie. Comme « ville », nous compterons les grosses cités, les villes manufacturières et les « villes d'Ancien Régime » ; comme « bourg », les « petits centres administratifs et commerciaux ».

⁵⁹¹ Les tableaux sont tous conservés aux Archives nationales (cotes F¹² 1533⁴⁴ à F¹² 1544⁵²), à l'exception du tableau du district de Nancy, conservé aux AD 54.

⁵⁹² Nous nous appuyons sur les chiffres de population pour 1793 tels que fournis par la base « Cassini » mise en ligne par l'EHESS.

⁵⁹³ Bernard LEPETIT, *Les villes dans la France moderne : 1740-1840*, Paris, Albin Michel, 1988 ; René PLESSIX et Jean-Pierre POUSSOU (éd.), *Les petites villes françaises du XVIIIe au XXe siècle*, Mamers, Société d'histoire des petites villes, 1998.

Chef-lieu du district	Population du chef-lieu	Part de la population urbaine dans le district	Catégorie
Rambervillers	4420	20,5	urbain
Commercy	3685	16,3	urbain
Etain	2253	10,3	rural
Bruyères	1912	9	rural
Neufchâteau	2831	8,5	rural
Remiremont	3401	7,2	rural

Les districts ayant à leur tête une petite ville comme ceux de Bruyères (1912 habitants en 1793), de Neufchâteau (2831 habitants), de Remiremont (3401 habitants) ou encore d'Etain (2253 habitants à la même date) sont de ce fait considérés comme ruraux. La ventilation entre districts est la suivante :

Districts « urbains » : Nancy (grande ville) ; Bar-le-Duc (grande ville) ; Mirecourt (ville de manufacture) ; Rambervillers (ville de manufacture) ; Commercy (« ville d'Ancien Régime ») ; Epinal (« ville d'Ancien Régime ») ; Saint-Dié (« ville d'Ancien Régime »).

Districts « ruraux » : Bruyères (« ville d'Ancien Régime ») ; Remiremont (« ville d'Ancien Régime ») ; Neufchâteau (« ville d'Ancien Régime ») ; Etain (« ville d'Ancien Régime ») ; Senones (bourg) ; Darney (bourg) ; Lamarche (bourg).

1.1.2. Intérêt et limites de l'usage des tableaux du Maximum

L'intérêt majeur de ces documents réside dans leur ambition : ils sont censés fixer un prix de vente maximal pour l'ensemble des marchandises consommées dans le district concerné. Ils proposent donc un tableau général de la consommation de territoires de petite taille, dont le chef-lieu de district forme le plus souvent le marché principal. Quand bien même ses promoteurs voulaient y voir l'image exacte du commerce intérieur de la France, ces documents posent des difficultés d'usage considérables en histoire économique⁵⁹⁴.

Outre les inévitables lacunes et défauts de recension, il faut bien voir que toutes les administrations de district n'ont pas mis le même zèle à dresser les tableaux, et n'ont sans doute pas compris et mis en œuvre les directives de la même manière. Outre que certains n'ont jamais été publiés ou sont restés parcellaires, on peut donc s'interroger sur les possibilités de comparaison entre ceux qui ont été achevés. En effet, il n'est pas sûr que les termes employés soient convenablement uniformisés entre les différents tableaux. Cela doit en particulier se poser dans le cas des productions agricoles ou des outils, pour lesquels les

⁵⁹⁴ Dominique MARGAIRAZ, « Le Maximum : une grande illusion libérale ou de la vanité des politiques économiques », *Etat, finances et économie pendant la Révolution Française*, Paris, CHEFF, 1991, pp. 399-428 ; Id., « Le Maximum, politique économique ou politique sociale ? », in Jean-Pierre JESSENNE, Gilles DEREGNAUCOURT, Jean-Pierre HIRSCH, Hervé LEUWERS (dir.) *Robespierre : de la nation artésienne à la République et aux nations*, Villeneuve d'Ascq, Centre d'Histoire de la Région Nord et de l'Europe du Nord-Ouest, 1994, pp. 263-278 ; Id., « Les institutions économiques de la République jacobine ou la résolution utopique », in Michel VOVELLE (dir.), *Révolution et République : l'exception française*, Paris, Kimé, 1994, pp. 237-251.

appellations locales sont très fréquentes. Dans le cas des denrées coloniales ou des étoffes, que nous étudions ici, ce problème se pose cependant nettement moins : l'uniformisation des termes est en effet très poussée, héritage sans doute de l'existence d'un marché intégré de ces produits à l'échelle du Royaume et de la normalisation introduite par la nomenclature des règlements de fabrique⁵⁹⁵. Par ailleurs, les règles d'inclusion des produits dans les tableaux nous échappent : il n'est pas sûr que tous les administrateurs aient inclus de la même manière les produits faiblement consommés sur place. Ainsi, que penser de la présence d'étoffes de laine de qualité supérieure dans certains districts ruraux ? Est-ce le signe d'une consommation courante ou occasionnelle ? Et que penser de l'absence de ce même produit dans le district rural voisin ? Cela signifie-t-il qu'on ne l'y consomme pas, ou bien qu'il est consommé en quantités si infimes que sa mention dans le tableau ne se justifie pas ? Vu les conditions difficiles et les délais serrés accordés aux administrateurs pour la confection des tableaux, on peut cependant supposer que seuls les produits les plus courants sont inclus, et que les produits les plus rares sont omis. Au niveau des noms de produits, la comparaison entre tableaux serait donc globalement possible pour les types de produits étudiés.

Encore faut-il s'entendre sur ce que l'on qualifie de « produit ». Nous considérerons comme tel un bien présentant un ensemble de caractéristiques élémentaires propres à le distinguer d'autres biens. A suivre les règlements généraux des manufactures du XVIIIe siècle, la définition de chaque produit tient compte de différents critères : « origine géographique précise, matières premières, normes techniques, élément d'identification physique »⁵⁹⁶. Ainsi donc, un drap de Sedan fin noir de 15/16^e de largeur à X fils de chaîne est un produit distinct du drap de Sedan fin noir de 15/16^e de largeur à Y fils de chaîne. Cette grande diversité des dénominations se retrouve dans les correspondances marchandes, tout particulièrement dans les factures : elle sert, comme le suggère Jean-Yves Grenier dans le même article, à établir une gamme de prix entre les différents produits. L'analyse des comptabilités des marchands détaillants indique cependant une forte déperdition d'information sur la qualité des produits entre les factures des fournisseurs et les livres de compte, et singulièrement les livres-journaux de vente. En effet, les qualités n'y sont pas systématiquement relevées ; lorsqu'elles le sont, on indique seulement la finesse du produit et sa couleur⁵⁹⁷. Bien souvent, on vend quelques aunes d'étamine du Mans, sans davantage de précision. Du point de vue du consommateur, une aussi grande précision que celle des règlements n'avait donc pas nécessairement de sens : il jugeait du produit sur un aspect global, que la couleur et le degré de finesse suffisaient à résumer. Il n'avait dans la plupart des cas pas les connaissances techniques lui permettant d'aller plus loin. Cela nous incite donc à une définition moins stricte du « produit » que dans les règlements de manufacture. Nous distinguons ainsi les traits essentiels (normes de production, provenance et matières employées), synthétisés par le nom du produit (« drap de Sedan », « espagnolette de Reims »), des traits accidentels comme la taille, la forme ou la couleur. La tenue des livres de compte nous incite en effet à penser que les marchands eux-mêmes, en particulier lors des relations avec leurs clients, voyaient dans ces traits des éléments seconds dans l'identification des marchandises : une serge n'est pas une étamine, mais une serge rouge et une autre de couleur noire relèvent du même produit (« serge »).

⁵⁹⁵ Jean-Yves GRENIER, « Une économie de l'identification. Juste prix et ordre des marchandises dans l'Ancien Régime », in Alessandro STANZIANI (dir.), *La qualité des produits en France (XVIIIe-XXe siècles)*, Paris, Belin, 2003, pp. 25-53.

⁵⁹⁶ GRENIER, *Ibid.*, p. 31.

⁵⁹⁷ Il se peut donc qu'une bonne partie des variations de prix entre les produits vendus s'explique par des qualités de produits non mentionnées au journal de vente (et non seulement par la discrimination tarifaire dont seraient victimes certains consommateurs inspirant peu de foi).

Chaque « fabrique » particulière (c'est-à-dire chaque territoire productif) s'efforçait de se positionner sur un créneau spécifique, en produisant des marchandises distinctes des autres fabriques. Il y a fort à parier cependant que ces marchandises étaient dans bien des cas largement substituables les unes aux autres : la différence entre un ras maroc de Rethel et un autre de Reims ne devait pas être considérable. La distinction était toutefois suffisamment importante pour justifier, tant dans les lettres commerciales que dans les comptabilités marchandes, une spécification de la fabrique des produits – signe de l'existence de différences qualitatives sensibles. Cette distinction se retrouvait également dans les tableaux du Maximum. Nous considérons donc comme produit spécifique toute marchandise similaire à une autre mais issue d'une manufacture différente.

Les difficultés ici soulevées se retrouvent de manière plus délicate encore pour ce qui concerne les qualités, c'est-à-dire les différentes variétés existantes d'un même produit. Tout d'abord, certains tableaux mentionnent les qualités, en particulier les couleurs ou les largeurs des étoffes, de manière nettement plus précise que d'autres. A vrai dire, dans le cas des étoffes, la couleur n'a souvent pas d'incidence sur le prix : ainsi donc, on peut supposer que dans plusieurs tableaux la couleur n'apparaît que quand elle fait fluctuer le prix du produit, quand d'autres administrateurs de district auraient été plus méticuleux dans leurs relevés. Le plus déroutant cependant est l'absence d'uniformité dans la description des qualités d'un lieu à l'autre : on ne trouve sur ce point aucune uniformisation de la nomenclature. Comme il s'agit des mêmes produits, dans bien des cas, il se peut fort que l'on ait affaire à des qualités équivalentes, dissimulées sous des dénominations différentes. Quoi qu'il en soit, la comparaison des qualités de produits entre tableaux n'est pas aisée, aucune règle ne présidant à la mention ou l'omission de celles-ci. Nous voyons cependant de grandes régularités apparaître.

1.1.3. Les tableaux du Maximum et l'étude de la consommation régionale

Outre la question de la cohérence des différents tableaux entre eux, la question se pose de l'agrégation des données. Comment en effet passer des données ponctuelles des différents tableaux à une vision d'ensemble de la consommation régionale ? Comment tenir compte d'éventuelles lacunes dans le relevé des produits, ou de la fusion de certains produits dans une catégorie plus large ? Ces problèmes ont été résolus de manière simple. Pour chaque produit, nous avons choisi de compter le nombre de districts des deux catégories (« ruraux » ou « urbains ») dans lesquelles il apparaît. On considère que l'absence du produit en question dans un seul district urbain ou rural relève des omissions ou fusions mentionnées plus haut. A l'inverse, une absence dans deux districts ou plus de chaque catégorie doit nous interpeller.

Six cas de figure peuvent dès lors se présenter pour chaque produit :

- Des produits ubiquistes, de large diffusion, consommés tant dans les districts urbains que dans les districts ruraux ;
- Des produits exclusivement urbains, pas ou peu représentés dans les campagnes ;
- Des produits exclusivement ruraux, pas ou peu représentés dans les villes ;
- Des produits à diffusion localisée, consommés dans un espace restreint (quelques districts adjacents ou proches), fréquemment issus de fabriques locales ;
- D'autres produits de diffusion restreinte, apparaissant dans un nombre limité de districts non adjacents ;
- Des produits rares, présents dans un seul district.

Nous avons compté le nombre de produits relevant de chacun des six cas de figure relevés ici, et nous le rapportons à l'ensemble des produits consommés dans l'espace étudié. Selon le part de produits de la première catégorie dans l'ensemble (produits ubiquistes), nous

pouvons ou non conclure à l'intégration poussée des modèles de consommation à l'échelle régionale. Sans dévoiler la suite de notre raisonnement, nous pouvons dire ici d'emblée que la réponse à cette question est positive. Pour préciser et nuancer cette réponse, il convient cependant de tenir compte de la qualité des produits. Malgré la médiocre fiabilité de notre documentation sur ce point, nous tâchons également de voir dans quelle mesure la variété est plus grande dans les villes que dans les campagnes. Pour chacun des produits ubiquistes, nous avons relevé le nombre de variétés consommées dans chaque district, puis calculé le nombre moyen de variétés par district urbain et par district rural. Le rapport entre les deux résultats nous donne une première image de la diversité des consommations entre villes et campagnes.

Un mot encore sur le choix des produits étudiés : nous nous sommes concentrés ici sur les produits-phares de la « révolution de la consommation » du XVIII^e siècle, pour lesquels nous disposons de tableaux du Maximum complets. Notre étude porte donc sur les étoffes de laine et de coton et sur les épiceries. En l'absence de tableaux complets pour les rubans ou les mouchoirs, nous avons dû à regret renoncer à mener une étude systématique les concernant. La médiocre comptabilisation des mouchoirs et des rubans s'explique, dans le cas lorrain tout du moins, par les contraintes du moment. La France étant en guerre avec nombre de ses voisins, bien des produits d'importation ne pouvaient plus être consommés : or, les espaces germaniques et l'Angleterre *via* Francfort fournissaient une bonne partie de la passementerie ou des accessoires diffusés en Lorraine. Par ailleurs, l'état de guerre et l'occupation de Lyon ayant paralysé l'activité productive et commerciale de la métropole rhodanienne, la passementerie lyonnaise n'est pas mentionnée dans les tableaux du Maximum⁵⁹⁸. La révolte lyonnaise explique aussi sans doute pourquoi les étoffes du sud de la France, que les négociants lyonnais expédiaient en Lorraine, n'apparaissent que peu dans les tableaux – alors qu'elles étaient de diffusion massive dans les années 1750. Loin d'être une image de l'état « naturel » du commerce français, les tableaux du Maximum portent la marque de leurs circonstances d'élaboration – en particulier pour les produits issus des fabriques les plus éloignées⁵⁹⁹.

1.2. Une large intégration des modèles de consommation à l'échelle régionale

1.2.1. Une consommation à la fois ségréguée et intégrée

Ce qui apparaît de prime abord est l'extrême diversité des marchandises consommées en Lorraine centrale et méridionale : pas moins de 301 types d'étoffes et de 200 types de produits d'épicerie. Parmi ces produits, bon nombre (131 pour les étoffes, 40 pour les épiceries) n'apparaissent que dans un seul district. De plus, bien des produits ne connaissent qu'une diffusion restreinte, limitée à moins du tiers des districts étudiés, ou à moins de la moitié. Nous parlerons de « large diffusion » quand les produits apparaissent dans plus de la moitié des districts, de « diffusion importante » entre le tiers et la moitié des districts, de « diffusion médiocre » entre une seule occurrence et un tiers des districts.

⁵⁹⁸ Françoise BAYARD et Pierre CAYEZ (dir.), *Histoire de Lyon des origines à nos jours*, tome 2 : *Du XVI^e siècle à nos jours*, Le Coteau, Horvath, 1990, pp. 107-128.

⁵⁹⁹ LE ROUX, *Le commerce intérieur de la France*, pp. 43-73.

Fréquence d'apparition des étoffes	Variétés	Pourcentage
Une seule occurrence	131	43,4
Produits de diffusion médiocre	92	30,5
Produits de diffusion importante	36	11,9
Produits de large diffusion	43	14,2
Total	302	100,0

Fréquence d'apparition des produits d'épicerie	Variétés	Pourcentage
Une seule occurrence	48	24,7
Produits de diffusion médiocre	58	29,9
Produits de diffusion importante	25	12,9
Produits de large diffusion	63	32,5
Total	194	100,0

Le calcul de la diffusion relative des produits, en tenant compte du nombre de districts où les marchandises apparaissent, vient corriger quelque peu cette image. Les produits de diffusion massive (dans plus de la moitié des districts) ne représentent que 60 % de l'ensemble pour l'épicerie, et tout juste 40 % pour les étoffes. Dans les deux cas, les produits n'apparaissant que dans un seul district ne représentent que 10 à 12 % de l'ensemble des marchandises consommées. Le restant, respectivement 30 et 50 %, sont des produits apparaissant dans plusieurs districts – mais pas dans la majorité d'entre eux, et pas dans tous les types de localités. Une telle dispersion de la palette des marchandises consommées montre la très grande variété des produits disponibles. Elle suggère également, nous y reviendrons, la grande diversité des filières d'approvisionnement selon les localités.

Fréquence des étoffes	Variétés	Pourcentage
Une seule occurrence	131	13,4
Produits de diffusion médiocre	258	26,4
Produits de diffusion importante	195	19,9
Produits de large diffusion	394	40,3
Total	978	100,0

Fréquence des produits d'épicerie	Variétés	Pourcentage
Une seule occurrence	48	4,9
Produits de diffusion médiocre	161	16,6
Produits de diffusion importante	138	14,2
Produits de large diffusion	623	64,2
Total	970	100,0

Cette segmentation géographique des consommations dissimule cependant une certaine uniformisation des consommations à une échelle régionale. Nous avons dans un premier temps distingué les produits qui apparaissent dans tous les types de districts, de ceux qui se retrouvent dans les seuls districts urbains ou ruraux⁶⁰⁰. De cette manière, nous pourrions mesurer l'exclusivisme géographique de la diffusion des marchandises. Comme il ressort du tableau suivant, cet exclusivisme est très limité : on ne trouve en effet que peu de produits spécifiquement urbains ou ruraux. Ainsi, même si l'aire de diffusion de bien des marchandises était limitée, elles n'en touchaient pas moins les espaces ruraux comme les espaces urbains. Le clivage ville-campagne en termes de marchandises consommées n'était sans doute pas considérable.

Disponibilité des produits	Etoffes	Epicerie
Produits consommés dans tous les types de districts	81,8	92,8
Produits n'apparaissant que dans un seul district	13,4	4,9
Produits spécifiquement ruraux	3,0	1,3
Produits spécifiquement urbains	1,8	0,9

Par ailleurs, il convient de ne pas être intimidé par la très grande diversité des marchandises citées par les tableaux du Maximum – en particulier pour les étoffes. Bien des produits, aux dénominations différentes, étaient en fait largement substituables – c'est-à-dire qu'ils pouvaient être remplacés par d'autres aux caractéristiques très proches, pour une satisfaction du consommateur équivalente. Pour chaque produit, nous avons déterminé s'il

⁶⁰⁰ Est considérée comme « spécifiquement urbaine » une marchandise apparaissant dans au moins deux districts urbains (mais dans aucun district rural) ; les marchandises apparaissant dans un seul district sont exclues du décompte.

pouvait être remplacé par d'autres produits présents dans notre liste. Nous avons fait le calcul tout d'abord sur l'ensemble des produits, puis sur les produits de diffusion moyenne, sur ceux de diffusion médiocre et enfin sur les produits présents dans un seul district. Cela nous permet de calculer le pourcentage des produits qui sont substituables.

Fréquence d'apparition des étoffes	Nombre de produits substituables par d'autres	Part de l'ensemble des produits de la catégorie
Une seule occurrence	87	66,4
Produits de diffusion médiocre	60	65,2
Produits de diffusion importante	27	75,0
Produits de large diffusion	31	72,1
Ensemble	205	67,9

Dans l'ensemble, il apparaît que près des deux tiers des étoffes, toutes catégories confondues, sont substituables par d'autres produits. Il ne faut donc pas exagérer la diversité des produits disponibles : elle dissimule une intégration importante des modèles de consommation au niveau régional.

Cette diversité bien réelle des produits disponibles reflète deux traits caractéristiques du fonctionnement de l'espace économique régional lorrain à la fin du XVIII^e siècle, et même sans doute de l'ensemble des espaces économiques régionaux d'Europe occidentale : la diversité des filières d'approvisionnement et l'importance des fabriques d'envergure locale. Ces dernières pèsent d'un poids important en Lorraine. La part des produits de production locale parmi les marchandises de diffusion médiocre ou moyenne est en effet importante : autour de 25 % des produits dans les deux cas.

Produits issus des fabriques locales selon la fréquence d'apparition des étoffes	Proportion
Produits à seule occurrence	10,7
Produits de diffusion médiocre	24,4
Produits de diffusion importante	24,6
Produits de large diffusion	11,9
Ensemble	17,6

La diversité des marchandises consommées à l'échelle régionale s'explique donc dans une certaine mesure par le succès de manufactures locales tournées vers la satisfaction de besoins très localisés. Comme nous l'avons noté en première partie, apparaissent dans la deuxième moitié du XVIII^e siècle des fabriques d'étoffes de qualité moyenne et de prix modéré dans les principales villes des Duchés. Ce mouvement est à n'en pas douter à relier à un accroissement généralisé de la circulation des marchandises dans la province, voire à l'extension sociale et géographique des marchés de consommation. C'est le cas notamment

des fabriques de petits lainages installées à Nancy, Lunéville, Rambervillers ou encore Bar, qui produisent des étoffes diffusées dans les districts adjacents : le succès des « coatings » de Nancy ou de Lunéville est remarquable, tout comme celui des cotonnades de Lunéville ou de Bar. L'essor des fabriques locales n'explique cependant pas tout. La diversité des marchandises consommées reflète également la diversité des filières d'approvisionnement, et vient confirmer ce que nous notions en deuxième partie sur l'autonomie voire l'indépendance des villes et des bourgs de la province quant aux approvisionnements en commodités : les marchands locaux de solide envergure sont dans une large mesure hors de la dépendance de ceux de Nancy pour constituer leurs fonds de boutiques.

Dans une large mesure, notre étude confirme les intuitions de Lorna Weatherill et de Thomas Le Roux sur la forte intégration des marchés régionaux de consommation. De leurs travaux, il ressort en effet que les différences de consommation intra-régionales sont moins fortes que les différences interrégionales : quel que soit le niveau d'urbanisation et de richesse des districts du même ensemble régional, on retrouve le même fonds de consommation, avec cependant des différences dans les variétés représentées selon la taille et la ventilation sociale des localités chefs-lieux de district. Si l'on peut parler d'intégration des modèles de consommation à l'échelle régionale, il convient de la nuancer par l'extrême diversité des filières locales d'approvisionnement et l'importance des fabriques d'envergure locale. Si intégration il y a, c'est une *intégration différenciée*.

1.2.2. Villes et variété des gammes de produits

Un des aspects de l'intégration des modèles de consommation à l'échelle régionale, telle qu'elle se dessine ici, est le faible niveau de distinction entre les villes et les campagnes (ou tout du moins les bourgs, chefs-lieux de districts largement ruraux). Comme nous l'avons noté plus haut, les produits spécifiquement urbains ne représentent que 1 à 2 % de l'ensemble, tant pour les étoffes que pour les produits d'épicerie. Il convient cependant de rappeler que les tableaux du Maximum, tout du moins ceux étudiés ici, ne relèvent presque pas d'étoffes de soie, qui étaient des produits consommés massivement par les élites sociales, notamment aristocratiques. Comme celles-ci résidaient majoritairement dans les villes, il se peut donc qu'une bonne partie de l'exceptionnalisme des consommations urbaines disparaisse du fait de cette omission. Cette absence fait ainsi nettement ressortir le médiocre différentiel de consommation en lainages, en cotonnades ou en toiles de lin, de coton et de chanvre, entre villes et campagnes. Il se peut cependant que la variété des produits consommés soit plus importante dans les villes que dans les campagnes, et que pour chaque produit le nombre de variétés disponibles soit plus important dans les districts urbains que dans les districts ruraux. Ainsi, une distinction se ferait entre localités non pas tant par la diversité des produits que par le nombre de variétés de chacun de ces produits.

Pour tester cette hypothèse, nous avons calculé, à partir des tableaux du Maximum, le nombre moyen de qualités d'étoffes présentes dans les districts urbains et les districts ruraux. Nous l'avons fait pour les produits pour lesquels nous disposons de données exploitables et significatives : nous n'avons ainsi étudié que les produits pour lesquels nous disposons de plus de deux occurrences de districts urbains ou ruraux. Nous avons en outre séparé les produits de consommation massive, ceux de consommation importante, et ceux de consommation médiocre. En effet, la part des productions locales dans ces marchandises est importante : il se peut que les productions locales soient peu différenciées, connaissant peu de variétés, à la différence de produits de diffusion nationale. Enfin, nous avons exclu les districts pour lesquels le nombre de variétés de produits est manifestement sous-enregistré.

Nous avons calculé le nombre moyen de variétés pour les villes et les campagnes, et avons calculé un *ratio*, en divisant le premier résultat par le second. Cela nous permet de déterminer le niveau de diversité relative des marchandises consommées dans les districts urbains. Les résultats sont synthétisés dans les tableaux suivants :

Produits	Nombre de districts où ils sont présents	<i>Ratio</i> ville/campagne du nombre de variétés
Basin	10	0,47
Toile d'étoupe de Bar	10	0,50
Drap de vilton	10	0,51
Etamine de Nogent-le-Rotrou	8	0,52
Drap de Louviers	11	0,63
Camelot d'Amiens	10	0,69
Silésie de Reims	9	0,73
Blicourt d'Amiens	10	0,75
Tiretaine d'Amiens	8	0,75
Toile tout coton de Rouen	10	0,75
Serge minorque d'Amiens	11	0,83
Drap de Sedan	14	0,86
Piqué de Troyes	7	0,86
Ras de castor de Reims	10	0,87
Flanelle façon d'Angleterre	10	0,88
Satin turc d'Amiens	10	0,91
Prunelle en soie d'Amiens	12	0,93
Basin futaine de Troyes	8	0,95
Satinette de Troyes	10	0,96
Flanelle de Metz	9	0,98
Futaine de Troyes	7	0,98
Baracan d'Amiens	12	1,00
Coating de Lunéville	8	1,00
Etamine de Vire d'Amiens	8	1,00
Prunelle en laine d'Amiens	8	1,00
Espagnolette de Troyes	7	1,14
Panne de laine d'Amiens	12	1,16
Drap de coton de Rouen	8	1,18
Ratine de Lunéville	8	1,22
Drap d'Elbeuf	11	1,34
Casimir de Reims	8	1,46
Toile fil et coton de Normandie	8	1,52
Moyenne		0,92
Moyenne pondérée		0,91

Pour les marchandises de diffusion massive étudiées ici, présentes dans tous les types de districts, le *ratio* moyen est de 0,9 environ : la diversité serait donc un peu moins forte dans les districts urbains que dans les districts ruraux ! Les *ratios* sont plus faibles encore pour les produits de diffusion moyenne ou médiocre. On se souvient de nos remarques sur le mode d'élaboration des tableaux du Maximum : il se peut en effet que bien des relevés des districts urbains aient sous-estimé la diversité des produits vendus. Mais les districts ruraux ont-ils quant à eux enregistré les variétés avec plus de soin ? Bien que l'approche retenue semble assez périlleuse, on peut en retenir que la diversité des qualités de produits dans les districts urbains n'était pas sensiblement plus élevée que dans les districts ruraux – en particulier pour les étoffes de qualité moyenne ou médiocre qui dominent dans notre relevé⁶⁰¹.

L'étude des tableaux du Maximum Général laisse apparaître une large intégration des marchés de consommation à l'échelle régionale : les produits consommés dans les districts ruraux ne sont pas très différents de ceux que l'on retrouve dans les districts urbains. Notre approche ne nous permet pas cependant d'isoler la consommation des campagnes : il se peut en effet qu'une bonne partie des marchandises consommées dans les districts le soient dans les chefs-lieux (villes ou bourgs) et soient peu présentes dans les campagnes. Nous verrons cependant dans la suite de ce chapitre que l'intégration des consommations entre les villes et les campagnes environnantes était vraisemblablement importante. Celle-ci était sans doute largement due à l'appareil commercial. On peut supposer, à la suite des travaux des géographes du commerce sur les places centrales, que l'offre était très hiérarchisée géographiquement à l'échelle de la province, avec des boutiques urbaines nettement mieux achalandées que les boutiques des bourgs ou des campagnes. Ainsi, les produits les plus courants seraient-ils disponibles partout, et les produits les plus rares présents seulement dans les localités les plus importantes. Plus précisément, on peut penser qu'à niveau de spécialisation égal, les boutiques de tous les types de localités proposaient une offre similaire, la grande diversité de l'offre dans les villes étant liée à la présence de boutiques de luxe ou très spécialisées. Les fonds de boutique des marchands généralistes seraient ainsi comparables quelles que soient les localités, les marchands spécialisés étant cependant plus nombreux et mieux achalandés dans les villes. Nous allons nous efforcer de tester la validité de ces hypothèses dans la deuxième partie de ce chapitre.

2. L'uniformité de l'offre marchande dans la Lorraine du dernier tiers du XVIII^e siècle

Quelle était l'originalité des boutiques rurales par rapport à celles des villes ou des bourgs ? Posée de cette manière, la question n'est pas assez spécifique. Nous avons vu dans la deuxième partie de ce travail que l'on pouvait distinguer trois grands types de détaillants selon les catégories de produits dans lesquelles ils se spécialisaient : les marchands-drapiers, les merciers et les merciers-épiciers. La comparaison ville-campagne ne peut se faire qu'entre commerçants actifs dans le même secteur : à spécialisation équivalente, le boutiquier de Nancy (grande ville) vend-il les mêmes choses que celui d'Étain (petite ville) ? Le mercier de Nancy vend-il des marchandises semblables à celles de son collègue des villages vosgiens ? Les documents les plus adaptés à l'étude des produits vendus sont les comptabilités et les

⁶⁰¹ Nous rejoignons en cela les observations de LE ROUX (*Le commerce intérieur de la France*, p. 175) : « Pour les textiles de moindre qualité, le rapport est beaucoup plus rapproché. Le Dorat consomme presque les mêmes variétés de textiles médiocres : c'est le cas pour les toiles de Basse-Normandie, certains textiles de laine du Haut-Languedoc, les étoffes des Pyrénées, la bonneterie de Tulle, les draperies de l'Indre et de l'Indre-et-Loire. Le rapport est souvent de deux pour trois, voire égal dans certains cas. »

correspondances marchandes, malheureusement trop peu nombreuses dans l'espace lorrain (comme ailleurs sur le territoire français, au demeurant) pour que l'on puisse s'appuyer sur un échantillon large. Nous nous proposons donc plutôt d'utiliser les inventaires des actifs et des dettes passives dressés à l'occasion de faillites marchandes par les experts – des commerçants, en fait – commissionnés par la Juridiction Consulaire de Lorraine. Nous nous appuyons ici sur le dépouillement de 85 inventaires de marchands détaillants actifs dans le sud et le centre de la Lorraine entre 1775 et 1790, les plus remarquables par la qualité de l'information qu'ils contiennent – 43 marchands urbains, 15 des bourgs et 27 des campagnes⁶⁰².

2.1. Boutiques des villes, boutiques des bourgs, boutiques des campagnes

2.1.1. Unité et diversité du monde de la boutique

Parmi les 85 marchands de notre échantillon, nous n'allons étudier ici que les 76 pour lesquels nous disposons d'informations sur les niveaux d'affaires. Ils se répartissent en 46 drapiers, 19 merciers et 11 merciers-épiciers. Il n'y en a que pour les drapiers qu'une comparaison ville-campagne est possible : on ne relève en effet pour les villages dans notre échantillon aucun mercier-épicier, et seulement cinq merciers. La répartition géographique des drapiers est nettement plus étale, puisque l'on compte parmi eux 19 urbains, 21 ruraux et six marchands des bourgs. La comparaison de leur offre de produits laisse apparaître une assez grande intégration de l'offre au niveau de la province. Leurs niveaux d'affaires sont toutefois assez dissemblables, les boutiques de grande envergure semblant – sans grande surprise - nettement mieux représentées dans les villes que dans les villages.

Une offre largement similaire

Un moyen simple de comparer l'offre disponible dans les villes et les campagnes est de mettre en regard la ventilation des marchandises en stock dans les boutiques. Le tableau suivant indique le niveau médian de chaque sous-catégorie d'étoffes chez les boutiquiers des villes et des villages, ainsi que le niveau maximal. La similarité entre les deux séries est frappante⁶⁰³.

Part en valeur des étoffes chez les marchands (en %)		Etoffes de luxe	Belles étoffes	Etoffes de laine communes	Petites étoffes de laine	Etoffes mêlées	Indiennes	Autres cotonnades	Etoffes de lin et de chanvre	Toiles	Etoffes non identifiées
Médiane	Villes	0,0	19,1	15,4	5,4	5,1	23,9	0,8	0,4	11,6	1,4
	Villages	0,0	16,7	23,3	2,9	6,6	17,4	0,7	0,9	8,4	4,7
Niveau maximal	Villes	18,6	72,9	58,2	16,2	32,2	60,3	13,3	24,4	42,0	8,8
	Villages	10,6	38,3	48,1	18,4	15,6	78,0	8,0	17,3	42,1	19,5

⁶⁰² En cohérence avec notre définition de la ville, nous qualifions de « bourg » toute localité de moins de 2.000 habitants disposant d'équipements de commerce périodique (foire ou marché), en faisant un centre local de collecte et de diffusion des marchandises. Est considéré comme village toute localité de moins de 2.000 habitants ne disposant d'aucun de ces équipements.

⁶⁰³ Le coefficient de corrélation entre les séries correspondant aux médianes est de 0,892 – ce qui est très élevé. Il est même de 0,788 pour les valeurs maximales, ce qui est également assez fort.

La répartition des marchandises entre les boutiques des villes et des villages était assez comparable, et l'on y trouvait – à en juger par les valeurs maximales - plusieurs types semblables de spécialisation partielle : des marchands vendeurs d'indiennes, ou alors tournés vers les toiles ou les lainages communs. Certaines boutiques des villes étaient cependant tournées vers les produits de luxe, en témoigne le très haut niveau atteint chez certains marchands urbains par les belles étoffes ou les étoffes de luxe. La véritable différenciation entre les villes et les campagnes du point de vue de l'offre disponible se faisait donc apparemment surtout par les produits les plus socialement exclusifs. Ce n'est pas véritablement une surprise si l'on songe que les élites sociales résidaient principalement dans les villes. Cela suggère en tout cas une intégration assez importante de l'offre au niveau de la province. L'étude plus précise par produit menée plus loin vient le démontrer.

Moins de boutiquiers importants dans les campagnes ?

Le nombre de marchands sur lequel nous pouvons faire reposer nos analyses est limité. La mesure de la dispersion des échantillons est cependant tout aussi significative pour les niveaux d'affaires que pour la ventilation des stocks.

Comparatif des niveaux d'affaires des marchands-drapiers	Valeur médiane en liv. l.	Valeur maximale en liv. l.	Effectif
Villes	18459,00	99239,70	19
Campagnes	10519,05	87616,45	21

Le niveau d'affaires médian des marchands-drapiers des villes était presque deux fois plus élevé que celui de leurs collègues ruraux : cela suggère que les commerçants urbains comptaient davantage de solides opérateurs parmi eux que les ruraux. Il y aurait eu proportionnellement plus de boutiques modestes dans les villages que dans les villes. Ce résultat est encore une fois relativement attendu, étant donné les écarts de richesse des populations : la présence de riches consommateurs dans les villes favorisait l'existence de boutiques à l'offre importante et diversifiée. Le haut niveau atteint par la valeur maximale dans les campagnes vient cependant rappeler que certaines boutiques rurales étaient de très grande envergure – ce qui suggère alors que certains boutiquiers ruraux devaient avoir une aire de chalandise très étendue.

2.1.2. Le commerce ambulants : une offre concurrente et non complémentaire

Parmi les commerçants, un certain nombre étaient ambulants : on en comptait dans notre échantillon quatre pour 46 marchands-drapiers. En l'absence de dénombrement systématique des marchands ambulants, on ne peut dire combien ils étaient. L'analyse de quelques inventaires de commerçants « parcourant le pays » suggère qu'ils étaient indissociables des boutiquiers par leur offre de marchandises voire leur niveau d'affaires : ils étaient à ce titre des concurrents sérieux pour la boutique fixe, tant à la ville que dans les campagnes.

L'absence de spécificité des fonds des commerçants ambulants

Les marchands-drapiers des villes, des bourgs et des campagnes étaient en butte à la concurrence directe de marchands ambulants. Contrairement à ce que l'on pourrait conclure de la lecture de Margaret Spufford, tous les marchands ambulants n'étaient pas de petits merciers courant le pays⁶⁰⁴. Sans que nos observations aient une quelconque valeur statistique ou puissent donner des proportions représentatives, on relève ainsi parmi les neuf exemples de marchands « roulants » ou « parcourant le pays » dont on dispose pour les années 1770 à 1790, six marchands-drapiers, proposant étoffes, accessoires et pièces de vêtements à leur clientèle – contre trois merciers. Le niveau important de leurs affaires, suggéré par leurs dettes passives, montre que ces ambulants diffusaient de grandes quantités de marchandises, et qu'ils s'appuyaient sur des stocks comparables à ceux des boutiques de marchands-drapiers d'envergure moyenne⁶⁰⁵.

Dans les faits, sur la seule base des marchandises vendues, il est malaisé de distinguer les marchands ambulants des merciers voire des marchands-drapiers installés dans des boutiques fixes⁶⁰⁶. Les marchands ambulants sont cependant bien distincts des autres dans la titulature, ce qui est une manière de marquer l'originalité de leurs pratiques par rapport aux autres commerçants – et peut-être aussi pour leurs fournisseurs de rendre compte de l'absence de lieu de résidence fixe. Ces activités commerciales non-typiques ont sans doute d'ailleurs été pendant une bonne partie du siècle laissées à des étrangers à la province ou à des « nations » privilégiées comme les Juifs⁶⁰⁷. Encore dans les années 1750 et 1760, le terme de « Savoyard » était courant pour qualifier les marchands ambulants, et semble disparaître progressivement au cours de la deuxième moitié du XVIII^e siècle. Est-ce pour autant que le commerce ambulants était laissé à des « minorités » ou à des « forains » ? Il semble qu'au début du XVIII^e siècle, au moment de la reconstruction de la Lorraine, bien des Savoyards aient émigré dans la province. Nombre d'entre eux se sont d'ailleurs lancés dans le commerce, et bien des marchands lorrains de solide envergure sont originaires de Savoie : c'est le cas des Coster ou de Germain Empereur. Il se peut bien cependant que « Savoyard » n'ait été qu'un terme générique. Si le référentiel régional disparaît au fil du siècle, la présence de marchands ambulants perdure.

Les espaces d'activité des marchands ambulants

A la différence de L. et H.C. Mui pour l'Angleterre, il ne nous est malheureusement pas possible de dresser une carte de répartition des marchands ambulants sur le territoire lorrain⁶⁰⁸. Encore que leur carte est ambiguë : rien n'assure que leur lieu de résidence principale (où ils se déclarent lors du paiement de la taxe) corresponde à leur lieu de prospection. Le grand nombre de marchands ambulants dans le Middlesex – Londres et ses

⁶⁰⁴ Margaret SPUFFORD, *The Great Reclothing of Rural England: Petty Chapmen and their Wares in the Seventeenth Century*, Londres, Hambledon Press, 1984.

⁶⁰⁵ A cet égard, le colportage n'était sans doute qu'une des modalités du commerce ambulants, ne concernant que les marchands de très petite envergure. Voir Laurence FONTAINE, *Histoire du colportage en Europe XV^e-XIX^e siècles*, Paris, Albin Michel, 1993.

⁶⁰⁶ SPUFFORD, *The Great Reclothing of Rural England*, pp. 85-105 ; Laurence FONTAINE, « Le colportage et la diffusion des galanteries et des nouveautés », in J. BOTTIN & N. PELLEGRIN (éd.), « Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle », *Revue du Nord*, hors-série histoire n° 12, 1996, pp. 91-109.

⁶⁰⁷ Laurence FONTAINE, *Histoire du colportage en Europe XV^e-XIX^e siècle*, Paris, Albin Michel, 1993, pp. 23-35.

⁶⁰⁸ Hoh-Cheung MUI et Lorna H. MUI, *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, Kingston, Mc Gill University Press et Londres, Routledge, 1989, pp. 73-105.

environs immédiats – interroge : les marchands sont-ils actifs localement ou dans des contrées plus lointaines, moins bien desservies en boutiques ? Et certains blancs sur la carte, même dans des régions faiblement dotées en boutiques, laissent songeur : il se peut fort en effet que la sous-déclaration de leurs activités par les intéressés ait été considérable.

Quelques rôles de subvention, quelques inventaires de dettes actives mentionnant des marchands ambulants parmi leur clientèle et quelques inventaires de marchands « parcourant le pays » nous permettent de localiser les aires d'installation de ces marchands. Tout indique qu'ils étaient présents sur l'ensemble du territoire, aussi bien dans la Plaine que dans les zones montagneuses plus difficiles d'accès.

Dans ces derniers espaces, leur présence se justifie par l'organisation spatiale des communautés rurales : alors que la Plaine est marquée par l'habitat groupé, notamment dans le cadre des « villages-rues », la Montagne connaît un habitat dispersé. Les communautés montagnardes n'étaient en fait pas tant des villages que des regroupements de hameaux dispersés sur de larges surfaces et aux communications mutuelles malaisées. Il était sans doute préférable pour les marchands desservant la Montagne de s'installer dans des villages faciles d'accès, à proximité d'une ville comme Remiremont, d'où ils pouvaient plusieurs fois l'an lancer leurs campagnes à destination des zones les plus reculées d'habitat dispersé. S'installer comme marchand fixe dans un hameau peu accessible ne leur aurait pas permis de développer leurs affaires. Les marchands de Remiremont, ville de fond de vallée, comptent en effet dans les années 1770 et 1780 un certain nombre de marchands ambulants parmi leurs clients. Le village voisin de Saint-Etienne-lès-Remiremont semble même avoir été la base de départ pour les marchands ambulants allant démarcher les villages des Hautes Vosges, exerçant ainsi une fonction de désenclavement dans les hameaux les plus éloignés.

Ainsi donc, les marchands ambulants des espaces montagnards n'avaient pas exactement la même fonction commerciale que ceux des espaces de la Plaine. Ces derniers étaient sans doute eux aussi assez nombreux, mais étaient en concurrence avec les boutiquiers des bourgs et des villages. Mais quelle était la réalité de cette concurrence ? Les marchands ambulants parcouraient apparemment en permanence les mêmes itinéraires, et cela plusieurs années de suite : étant donné le caractère de ce commerce, il vaudrait mieux sans doute parler de commerce *intermittent* que de commerce *ambulant*. A cet égard, il est délicat d'opposer strictement commerce ambulant et commerce périodique : quelle différence entre une petite foire mercière rurale trimestrielle attirant les commerçants des environs et un commerçant ambulant, passant quatre fois l'an dans le village ? Du reste, vu le faible niveau d'affaires de bien des marchands détaillants des campagnes, ainsi que la facilité d'entrée et de sortie dans les activités commerciales, il se peut fort que beaucoup de détaillants ruraux aient eux-mêmes été des commerçants intermittents.

2.2. Les déclinaisons de l'offre disponible selon les lieux

Une fois les spécificités des marchands détaillants des villes et des campagnes rappelées, il devient possible de mener l'analyse des fonds de boutique dans une perspective géographique. L'étude de la répartition des marchandises dans la province fait apparaître, pour les années 1780, une assez grande intégration de l'offre de marchandises disponibles dans la province. Il existe un stock important de marchandises ubiquistes, que l'on retrouve dans toutes les localités. Les marchandises véritablement « distinctives », présentes seulement dans les plus grosses villes ou uniquement dans les campagnes ou les petites villes, sont finalement assez minoritaires. On peut ainsi considérer que les différences de consommation au sein des espaces régionaux sont assez restreintes. Les seules vraies différences de types de produits disponibles tiennent en fait à la présence dans les villes de boutiques offrant des produits de luxe à une clientèle plus choisie.

2.2.1. Etudier les différentiels locaux de l'offre

Le questionnaire général

a) Principes

Notre étude s'efforce depuis le début de mettre en évidence les évolutions au fil du siècle et les différentiels et gradients locaux de dotation des boutiques. La sélection des inventaires à laquelle nous avons procédé, ainsi que la définition de types de marchands, reliés à des types de localités, nous permettent désormais de répondre à la question des différentiels régionaux entre les fonds de boutiques. Nous nous appuyons sur une étude synchronique des fonds de boutique pour les années 1780 et pour les boutiques rurales des années 1760-1780⁶⁰⁹.

Nous partons des éléments d'unité entre les boutiques, en nous demandant, pour chaque catégorie de marchandises, quelles sont celles que l'on retrouve partout. Cette ubiquité d'un certain nombre de marchandises reflète l'unité, ou tout du moins l'unification des modes de consommation, certains produits étant consommés partout et formant la base d'une demande suffisamment importante dans tous les types de localités, y compris les campagnes. On peut ainsi distinguer les produits de consommation massive des autres. Il est tout aussi important de mettre en évidence ce qui peut différencier les boutiques entre elles, tant du point de vue des types de boutiques que de celui des localités où elles se situent.

b) L'étude des marchandises

Au sein de chaque catégorie marchande, il s'agit d'étudier les types de produits disponibles chez les commerçants selon les localités. L'étude a été menée de manière simple, par prise en compte de la présence ou de l'absence des produits dans les localités ou chez les marchands. Une analyse factorielle ne nous a pas semblé nécessaire, dans la mesure où il s'agit seulement de trouver la trace des produits, de repérer les lieux et les types de boutiques où ils sont présents : pour ce faire, les fonctions « regroupement » et « tri » de la base de données sont suffisantes.

Le travail de traitement des données est mené en trois étapes. Dans un premier temps, nous étudions la répartition des marchandises par localités. Lors de notre saisie des données des inventaires, nous avons relevé plus de 900 produits différents – pour près de 33.000 entrées dans notre base. Chacun de ces produits a été classé dans une catégorie spécifique, comme nous l'avons vu plus haut. Pour chaque catégorie et sous-catégorie de marchandises, nous verrons lesquelles sont disponibles selon les types de localités. Pour chacun des produits représentés chez plus d'un marchand – en vue d'éliminer les cas aberrants – nous étudions sa présence dans chacun des types de localités étudiés sur la période 1775-1790. Nous pouvons ainsi distinguer les produits présents partout de ceux disponibles seulement dans les villes ou les villages.

⁶⁰⁹ John STYLES, "Clothing the North: the supply of non-elite clothing in the 18th Century North of England", *Textile History*, 25/2, 1994, pp. 139-166. Deux études seulement dans le cas français des fonds de boutique aux XVIII^e et XVIII^e siècles : Françoise BAYARD, « De quelques boutiques de marchands de tissus à Lyon et en Beaujolais aux XVII^e et XVIII^e siècles », in Geneviève GAVIGNAUD-FONTAINE, Henri MICHEL et Elie PELAQUIER (éd.), *De la fibre à la fripe. Le textile dans la France méridionale et l'Europe méditerranéenne (XVII^e/XX^e siècles)*, Université Paul-Valéry, Montpellier, 1998, pp. 429-458 ; Pierre PONSOT, « Tissus et vêtements : Marchands et clients en Bourgogne du sud, XVII^e-XVIII^e siècles », *Actes du 112^e Congrès National des Sociétés Savantes : 1987, Lyon. Section d'histoire moderne et contemporaine*, Paris, Editions du CTHS, 1988, pp. 363-375.

Comment étudier la diffusion des biens ?

Notre ambition est de relier des produits à des localisations, pour mettre en évidence les différences de l'offre entre les villes, les bourgs et les campagnes. Nous limitons notre étude aux étoffes, aux accessoires de parure et aux produits d'épicerie. Ces produits, dont la consommation compterait parmi les moteurs de la supposée « révolution de la consommation », ne touchent-ils que les villes, ou bien sont-ils diffusés également dans les bourgs et les villages ? Par ailleurs, il convient de savoir dans quelle mesure les produits d'épicerie, qui se diffusent durant tout le XVIII^e siècle, atteignent les campagnes : quels sont ceux que l'on trouve le plus représentés dans les boutiques rurales ? Les denrées d'épicerie sont-elles marquées par un exclusivisme géographique et social ?

A partir de nos données, comment déterminer si l'on avait affaire à des produits diffusés dans toute la province ? Nous avons tout d'abord compté, pour les villes, les bourgs et les campagnes, le nombre de marchands chez qui l'on trouvait chaque grande catégorie de produits (étoffes ; accessoires, etc.). Le tableau suivant synthétise les résultats.

Types de localités	Nombre total de marchands	Vendeurs d'étoffes	Vendeurs d'accessoires de vêtement	Vendeurs de petite mercerie	Vendeurs d'épiceries	Vendeurs d'équipements d'intérieur	Vendeurs de matières premières	Vendeurs de papier ou de livres
Villes	43	34	41	32	33	29	33	30
Bourgs	15	12	14	14	14	13	15	14
Villages	27	25	24	19	12	11	21	11

Pour chaque produit, nous avons calculé le nombre de marchands des villes, des bourgs et des campagnes chez qui on le trouvait représenté. Nous avons ensuite rapporté pour chaque type de localité le nombre de marchands diffuseurs au nombre total de marchands vendeurs de produits de cette catégorie. Par exemple, dans les villes, les pannes se retrouvent chez 20 vendeurs d'étoffes sur un total de 34 (soit un ratio de $20/34 = 0,59$) ; on les retrouve dans les bourgs chez 11 vendeurs d'étoffes sur 12 (soit un ratio de $11/12 = 0,92$) et dans les campagnes chez 14 sur 25 (soit un ratio de $14/25 = 0,56$). Nous déterminons ainsi plusieurs types de produits : les produits rares, représentés une seule fois, les produits de diffusion massive, présents dans plus de la moitié des boutiques écoulant le type de produits concernés (soit un ratio supérieur à 0,5), les produits courants, vendus par pas moins du quart mais moins de la moitié des marchands (soit un ratio compris entre 0,25 et 0,5).

Ces calculs simples nous permettent de dresser, pour chaque type de localités, la liste des produits les plus représentés dans les boutiques. Nous pouvons ensuite comparer entre elles les listes obtenues pour chacun des types de localités. Dans le cas des draps du Nord, on peut ainsi conclure à la vaste diffusion de ce produit chez les marchands d'étoffes de la province, puisqu'il est disponible chez au moins les deux tiers d'entre eux, et ce dans tous les types de localités. C'est donc un produit ubiquiste. De ces observations, on ne peut cependant rien dire de la quantité de drap du Nord écoulée dans les villes, les bourgs ou dans les campagnes. Tout au plus peut-on dire que ce produit est *connu* et *diffusé* dans toute la Lorraine, villes comme campagnes.

Une étude de l'offre de marchandises dans la province devient alors possible : nous établirons d'abord la liste des produits ubiquistes, représentés dans tous les types de localités, ainsi que celles des produits les plus exclusifs (représentés seulement dans un type de localités). Nous déterminerons ensuite si ces produits exclusifs sont rares dans les localités où ils sont présents, et nous étudierons le niveau de diffusion à travers la province des produits ubiquistes.

2.2.2. Une offre à la fois intégrée et ségrégée

Tous les produits relevés dans les inventaires ont été classés en trois catégories : ubiquistes pour ceux que l'on retrouve dans tous les types de localités, exclusifs pour ceux qui sont présents dans un seul type de localités, ambigus pour ceux présents dans seulement deux types de localités sur trois. A l'intérieur de chaque catégorie de produits, nous avons calculé pour chaque sous-catégorie la proportion des produits ubiquistes, exclusifs et ambigus. Pour ce faire, nous avons pondéré chaque produit du nombre de marchands chez qui il était représenté.

Présence des étoffes selon les localités	Villes			Bourgs			Villages		
	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs
Etoffes de luxe	64,9	2,7	32,4	83,3	16,7	0,0	71,4	28,6	0,0
Belles étoffes	59,5	20,3	20,3	82,8	14,1	3,1	87,7	9,6	2,7
Etoffes de laine communes	73,4	6,4	20,2	83,9	12,7	3,4	88,8	5,2	6,0
Petites étoffes de laine	76,5	12,3	11,1	86,0	9,3	4,7	96,0	4,0	0,0
Etoffes mêlées	75,3	11,0	13,7	86,8	10,5	2,6	95,3	2,3	2,3
Indiennes	79,8	8,7	11,5	87,1	6,5	6,5	85,7	7,8	6,5
Autres cotonnades	70,3	8,1	21,6	77,3	18,2	4,5	95,5	4,5	0,0
Etoffes de lin et de chanvre	67,7	25,8	6,5	82,6	13,0	4,3	95,0	5,0	0,0
Toiles	76,1	12,8	11,0	79,6	6,1	14,3	85,3	11,8	2,9
Etoffes non identifiées	57,8	16,9	25,3	80,5	12,2	7,3	63,3	28,6	8,2

Présence des accessoires selon les localités	Villes			Bourgs			Villages		
	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs
Rubans	82,8	4,5	12,6	93,5	3,9	2,6	93,1	5,6	1,4
Attaches (boucles, boutons, etc.)	80,6	8,1	11,3	96,8	3,2	0,0	80,0	5,7	14,3
Gants et cravates	85,0	7,5	7,5	89,5	0,0	10,5	78,9	15,8	5,3
Mouchoirs	91,8	7,1	1,0	94,2	1,9	3,8	86,7	12,0	1,2
Couvre-chefs	50,0	25,6	24,4	71,0	29,0	0,0	90,0	6,7	3,3
Bas	93,7	5,3	1,1	96,3	1,9	1,9	96,9	3,1	0,0
Pièces de vêtements	28,6	21,4	50,0	66,7	16,7	16,7	50,0	40,0	10,0
Accessoires divers	47,7	13,8	38,5	76,5	23,5	0,0	66,7	25,0	8,3
Bijoux	41,2	35,3	23,5	60,0	20,0	20,0	100,0	0,0	0,0
Fils et dentelles	69,7	14,6	15,7	80,0	14,3	5,7	87,0	13,0	0,0

Présence de l'épicerie dans les localités	Villes			Bourgs			Villages		
	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs	Produits ubiquistes	Produits ambigus	Produits exclusifs
Produits de teinture et d'apprêts	48,0	44,5	7,5	53,2	40,4	6,4	100,0	0,0	0,0
Sucres et sucreries	63,8	17,2	19,0	75,0	25,0	0,0	80,0	0,0	20,0
Condiments et épices	57,3	32,3	10,5	50,0	39,7	10,3	100,0	0,0	0,0
Denrées alimentaires	31,0	42,1	26,9	40,9	56,8	2,3	75,0	25,0	0,0
Boissons	62,9	24,3	12,9	63,2	36,8	0,0	100,0	0,0	0,0
Produits ménagers (chandelles, etc.)	36,4	47,5	16,1	35,1	52,1	12,3	88,9	0,0	11,1

Les résultats laissent apparaître une large uniformité de l'offre disponible dans la province : sauf pour les étoffes les plus rares et les accessoires de parure les plus sophistiqués, les produits ubiquistes représentent presque 80 % de l'offre disponible dans les villes, et souvent près de 90 % dans les bourgs et les campagnes. Il n'en va pas de même pour les produits d'épicerie : si les produits disponibles dans les campagnes se retrouvent partout, la césure est cependant nette entre villes et bourgs d'une part et villages de l'autre. Les deux premiers disposent en effet d'une offre bien plus diversifiée, confirmant nos observations faites plus haut.

De ces données, on ne peut cependant conclure à une uniformité totale de l'offre dans tous les types de localités. Les tableaux suivants indiquent, le premier pour les étoffes, le deuxième pour les accessoires de vêtements et le troisième pour les épiceries, quels étaient les cinq produits les plus représentés dans les villes, les bourgs et les campagnes. En ligne sont indiquées les différentes sous-catégories de produits composant les grands types de marchandises.

Etoffes	Villes		Bourgs		Villages	
Etoffes de luxe	drap	0,21	drap	0,33	drap	0,16
	drap de Sedan	0,21	drap d'Angleterre	0,08	drap de Sedan	0,08
	drap d'Elbeuf	0,21	drap de Hollande	0,25	drap d'Elbeuf	0,08
	drap de Montjoie	0,12	drap de Verviers	0,25	drap d'Aix	0,04
	drap d'Angleterre	0,06	drap de Sedan	0,08	drap d'Angleterre	0,04
Belles étoffes	panne	0,59	drap	1,00	panne	0,56
	velours	0,38	panne	0,92	velours	0,52
	drap	0,35	velours	0,75	drap	0,48
	drap de Silésie	0,35	drap de Silésie	0,50	drap de Silésie	0,28
	satins	0,26	droguet de soie	0,25	droguet de soie	0,20
Etoffes de laine communes	calamandre	0,44	droguet d'Angleterre	1,00	flanelle	0,56
	droguet d'Angleterre	0,41	bouracan	0,83	calamandre	0,52
	flanelle	0,41	calamandre	0,83	droguet d'Angleterre	0,44
	ratine	0,38	flanelle	0,83	droguet	0,28
	étamette	0,32	ratine	0,67	everlasting	0,28
Petites étoffes de laine	cadis	0,44	serge	0,83	serge	0,56
	serge	0,35	cadis	0,67	cadis	0,48
	baye	0,26	dauphine	0,5	dauphine	0,36
	dauphine	0,24	baye	0,42	baye	0,28
	maroc	0,24	maroc	0,25	burat	0,08
Etoffes mêlées	camelot	0,44	camelot	1,00	camelot	0,52
	étamine	0,41	camelot d'Angleterre	0,25	étamine du Mans	0,40
	pluche	0,38	étamine du Mans	0,50	étamine	0,32
	étamine du Mans	0,24	pluche	0,50	pluche	0,24
	guinguette	0,18	étamine	0,25	camelot d'Angleterre	0,08

Etoffes (suite)	Villes		Bourgs		Villages	
Indiennes	calancas	0,44	indienne	1,00	mousseline	0,72
	indienne	0,56	mousseline	1,00	indienne	0,60
	mousseline	0,47	siamoise	0,92	calancas	0,36
	siamoise	0,47	calancas	0,67	patenas	0,36
	patenas	0,29	patenas	0,58	siamoise	0,36
Autres cotonnades	futaine	0,29	futaine	0,75	futaine	0,40
	basin	0,26	cotonnade	0,33	finette	0,24
	finette	0,12	drap de coton	0,25	basin	0,12
	cotonnade	0,09	basin	0,17	cotonnade	0,08
	drap de coton	0,09	finette	0,17	futaine de Saxe	0,04
Etoffes de lin et de chanvre	coutil	0,26	coutil	0,83	coutil	0,32
	bougrand	0,18	linon	0,33	linon	0,24
	coutil de soie	0,15	bougrand	0,25	bougrand	0,12
	linon	0,15	batiste	0,17	batiste	0,08
	quintin	0,06	quintin	0,17	coutil de soie	0,04
Toiles	toile	0,65	toile	0,83	toile	0,48
	toile de coton	0,50	toile de coton	0,75	toile de coton	0,64
	toile de Paris	0,32	toile de Paris	0,58	toile de Paris	0,40
	toile d'Orange	0,29	toile de Rouen	0,25	toile d'Orange	0,32
	toile de Silésie	0,24	toile de Silésie	0,25	toile d'Aurach ou durac	0,20
Etoffes non identifiées	étoffe	0,29	étoffe	0,50	étoffe	0,40
	coating	0,18	tamis	0,42	piqué	0,16
	grenat	0,15	velpel	0,42	tricot	0,16
	prunelle	0,15	prunelle	0,25	cannelé	0,12
	tamis	0,15	buradal	0,17	perse	0,12

Accessoires	Villes		Bourgs		Villages	
Rubans	ruban	0,61	ruban	0,71	Ruban	0,54
	passéfin	0,39	tresse	0,57	padoux de France	0,33
	padoux de France	0,34	ganse	0,43	Ganse	0,21
	ruban de fil	0,32	padoux de France	0,43	Passefin	0,21
	lacet	0,29	passéfin	0,43	Tresse	0,21
Attaches	boutons	0,54	boutons	0,64	Boutons	0,38
	boutons de manche	0,24	boutons de manche	0,36	boutons de manche	0,21
	boutons de poil	0,15	boutons de poil	0,29	boutons de fil	0,17
	boutons de fil	0,12	boutons de cuivre	0,21	boutons de poil	0,17
	boutons d'argent	0,07	boutons de fil	0,21	boutons poil de chèvre	0,13
Gants et cravates	gants	0,27	gants	0,50	Cravate	0,17
	cravate	0,22	cravate	0,29	Gants	0,17
	mitaine	0,22	gants d'homme	0,21	Mitaine	0,17
	gants de soie	0,07	gants de femme	0,14	Mouffles	0,13
	gants d'homme	0,07	gants de siamoise	0,07	gants de femme	0,08
Mouchoirs	mouchoir	0,61	mouchoir	0,64	Mouchoir	0,63
	mouchoir de soie	0,44	mouchoir de soie	0,64	mouchoir de soie	0,58
	mouchoir d'indienne	0,27	mouchoir de Rouen	0,43	mouchoir d'indienne	0,58
	mouchoir de Rouen	0,20	mouchoir d'indienne	0,43	mouchoir de mousseline	0,42
	mouchoir de mousseline	0,17	mouchoir de mousseline	0,36	mouchoir de perse	0,25
Couvre-chefs	chapeau	0,32	bonnet de laine	0,57	bonnet de laine	0,50
	plume	0,29	bonnet de coton	0,43	bonnet de coton	0,33
	bonnet de coton	0,27	plume	0,43	Bonnet	0,21
	bonnet de laine	0,27	chapeau	0,36	Chapeau	0,08
	bonnet	0,24	bonnet	0,21	Cornette	0,08

Accessoires (suite)	Villes		Bourgs		Villages	
Bas	jarretière	0,46	bas de laine	0,64	bas de laine	0,58
	bas d'étame	0,37	bas d'étame	0,64	bas de coton	0,46
	bas de coton	0,34	jarretière	0,50	bas d'étame	0,42
	bas de laine	0,29	bas de coton	0,43	Jarretière	0,29
	bas	0,20	bas	0,29	Bas	0,25
Pièces de vêtement	veste	0,12	jupe	0,14	Jupe	0,08
	soulier	0,10	galoches	0,07	Veste	0,08
	gilet	0,05	tablier	0,07	Botte	0,04
	jupe	0,05	veste	0,07	Habit	0,04
	manchon	0,05	catogan	0,07	Jupon	0,04
Accessoires divers	bourse	0,29	cordons	0,29	Cordons	0,13
	cordons	0,27	cordonsnet	0,29	Cordonsnet	0,13
	col	0,15	bourse	0,21	Baleine	0,04
	bouquet	0,10	col	0,14	Bourse	0,04
	houppes	0,10	bouquet	0,14	Bracelet	0,04
Bijoux	bague	0,10	bague	0,14	Bague	0,13
	collier	0,07	collier	0,07	Collier	0,04
	mouchette d'acier	0,07	mouchette d'acier	0,07		
	perle	0,07	perle	0,07		
	mouches	0,05				
Fils et dentelles	faveur	0,37	faveur	0,79	Faveur	0,21
	fil à gants	0,37	soie à coudre	0,50	fil à gants	0,21
	dentelle	0,27	crêpe	0,29	soie à coudre	0,17
	soie à coudre	0,27	dentelle	0,21	Crêpe	0,13
	crêpe	0,24	fil à gants	0,21	Dentelle	0,13

Epicerie	Villes		Bourgs		Villages	
Produits de teinture et d'apprêt	amidon	0,45	couperose	0,57	amidon	0,33
	soufre	0,39	amidon	0,50	Pierre bleue	0,33
	azur	0,36	azur	0,50	couperose	0,17
	fleur de soufre	0,33	bois d'Inde	0,43	fleur de soufre	0,17
	bleu	0,24	fleur de soufre	0,43	alun	0,08
Sucres et sucreries	sucre	0,42	dragées	0,43	dragées	0,17
	dragées	0,36	sucre	0,36	sucre	0,08
	sucre candi	0,21	sucre candi	0,29	sucre candi	0,08
	eau de lavande	0,15	eau de lavande	0,14	sucre mélisse	0,08
	sirop	0,12	sucre d'orge	0,14		
Condiments et épices	poivre	0,55	poivre	0,57	muscade	0,33
	cannelle	0,48	muscade	0,43	poivre	0,33
	jus de réglisse	0,30	cannelle	0,36	jus de réglisse	0,17
	muscade	0,30	anis	0,36	tournesol	0,17
	piment	0,30	clous de girofle	0,29	cannelle	0,08
Denrées alimentaires	amandes	0,45	amandes	0,50	riz	0,17
	riz	0,55	huile d'olive	0,29	amandes	0,08
	vermicelle	0,30	moutarde	0,29	fruits	0,08
	vinaigre	0,30	huile	0,21	huile d'olive	0,08
	huile	0,27	raisin	0,21	millet	0,08
Boissons	thé	0,48	thé	0,43	café	0,33
	liqueur	0,39	café	0,29	eau de vie	0,17
	café	0,36	eau de vie	0,29	liqueur	0,08
	eau de vie	0,36	liqueur	0,21	vin	0,08
	vin	0,21	esprit de vin	0,07		
Produits ménagers	poudre	0,48	poudre	0,57	cire d'Espagne	0,17
	éponge	0,33	cire d'Espagne	0,36	colle	0,17
	pommade	0,30	pain à cacheter	0,29	poudre	0,17
	cire d'Espagne	0,27	pommade	0,29	chandelle	0,08
	chandelle	0,21	colle forte	0,21	épicerie	0,08

Le premier enseignement que l'on peut tirer de cette étude des produits est la très grande uniformité de l'offre en étoffes et en accessoires de vêtement entre les boutiques des villes, des bourgs et des campagnes. En effet, pour sept sous-catégories d'étoffes sur dix, les produits les plus représentés sont les mêmes dans tous les types de localités, et les produits rares sont en nombre très réduit. Il s'agit en outre de produits présents en larges quantités dans les boutiques d'étoffes, pour lesquels les *ratios* sont supérieurs à 0,25 et dépassent même souvent 0,50 : nul doute que l'on a affaire à des produits de large diffusion. C'est très net en particulier pour les étoffes de laine de qualité moyenne, pour les cotonnades et les indiennes. A l'inverse, les étoffes de qualité supérieure, de laine comme de soie, sont très peu représentées dans les boutiques des villages, mais sont un peu plus présentes dans celles des bourgs et des villes. Les *ratios* restent cependant bas, inférieurs à 0,25. Les étoffes non identifiées, qui sont le plus souvent des produits de la dernière mode, sont également nettement moins représentées dans les campagnes – bien que les *ratios*, dans les villes, restent faibles, inférieurs à 0,25. L'intégration de l'offre au niveau des cotonnades et des étoffes de laine de qualité moyenne et médiocre n'en est que plus flagrante. Ces données reflètent l'uniformisation des goûts au niveau de la province, et l'existence d'un véritable marché de consommation des étoffes, auquel peuvent participer des segments importants des populations rurales. A l'inverse, certains produits demeurent très exclusivistes géographiquement et socialement. Les étoffes de prix, tout comme celles « de mode » sont surtout présentes dans les villes, là où les classes les plus aisées résident – quand bien même elles y sont de diffusion assez modeste. Malgré l'intégration du marché au niveau de produits de qualité moyenne, les villes sont donc les incubateurs de la nouveauté.

Dans une large mesure, les mêmes remarques s'appliquent aux accessoires de vêtement. Beaucoup de produits sont présents chez la plupart des vendeurs d'accessoires et sont vraisemblablement, étant donnée l'importance de ces produits dans les stocks de marchandises, de large diffusion dans toute la Lorraine. C'est en particulier le cas des bas, des rubans et des mouchoirs, dont on retrouve les mêmes modèles dans les villes, les bourgs et les campagnes. Pour les variétés les plus populaires, les *ratios* dépassent 0,40 et même dans certains cas atteignent 0,70. Produits généralement de qualité moyenne et de prix modéré, il n'est pas surprenant qu'ils aient été aussi largement diffusés que les lainages de qualité intermédiaire. Comme pour les étoffes de haut prix cependant, certains produits de luxe comme les boutons d'or ou d'argent ou les tresses d'or ne se retrouvent que dans les villes, lieux de résidence des classes les plus aisées. C'est également dans les villes que l'on trouve les accessoires de parure les plus sophistiqués, constituant les marqueurs sociaux les plus nets : cravates, cols, gants, chapeaux. Quoi qu'il en soit, les campagnes sont pleinement intégrées à la diffusion des marchandises les plus courantes dans les boutiques des villes : la présence massive des bas et des rubans dans les boutiques rurales témoigne d'une uniformisation vestimentaire voire, dans le cas des mouchoirs, d'une uniformisation des comportements. L'abondance des rubans, l'un des produits les plus présents dans les inventaires, traduit l'existence d'habitudes de consommation comparables à celles des villes : dans les campagnes aussi, on préfère orner les vêtements anciens et les rafraîchir avec des rubans que de s'en faire confectionner de nouveaux à prix élevé.

Le tableau est bien différent si l'on s'intéresse aux produits d'épicerie. Par comparaison avec les villes, le nombre de produits d'épicerie disponibles dans les campagnes est bien moindre que dans le cas des étoffes et des accessoires. Il convient tout particulièrement de distinguer les produits de droguerie, employés notamment pour la teinture, qui sont assez largement représentés dans les boutiques des campagnes, des produits d'épicerie proprement dite (les denrées comestibles), qui y sont peu fréquents. Dans les campagnes comme dans les bourgs et les villes, les produits de teinture ou servant de matières premières à l'artisanat atteignent des *ratios* de 0,30 à 0,40. A l'inverse, le sucre et ses dérivés

est peu diffusé dans les campagnes (*ratio* de 0,17 contre près de 0,40 dans les villes), de même que les denrées alimentaires comme le riz ou l'huile d'olive (moins de 0,20 dans les campagnes contre plus de 0,25 dans les villes et les bourgs). Cela distingue les boutiques des villages de celles des villes, où les denrées alimentaires sont nombreuses et variées, qu'il s'agisse d'épices ou de produits de diffusion récente comme les pâtes. Hormis le café, assez diffusé comme boisson énergisante, et les condiments comme le poivre et la muscade, les denrées alimentaires étaient relativement peu présentes chez les commerçants ruraux. La diffusion des produits d'épicerie était le reflet des habitudes alimentaires des populations : les disponibilités alimentaires étant différentes dans les villes et dans les campagnes, il n'est pas surprenant de voir dans ces dernières une moindre diffusion de certains produits se faire. Le sucre, assez représenté dans les villes, avait sans doute peine à remplacer le miel dans les campagnes. L'importante diffusion des produits de teinture dans les campagnes s'explique sans doute quant à elle par les besoins de la production textile locale ; on peut même supposer que les ménages se procuraient de la teinture pour reteindre leurs vêtements.

L'image qui reste de cette exploration est celle d'une large intégration de l'offre disponible dans les boutiques de la province, en particulier au niveau des produits les plus stables, connaissant un faible renouvellement sur le siècle entier, et des produits de prix modéré et de qualité moyenne. Il existe donc un marché de consommation intégré pour un certain nombre de marchandises, que les boutiques se chargent de mettre à la disposition de la clientèle. C'est tout particulièrement le cas des étoffes et des accessoires, les différences d'accès aux productions naturelles expliquant dans une large mesure l'écart entre les produits vendus dans les villes et dans les campagnes. Il n'en demeure pas moins que les déclinaisons sont importantes entre les villes, les bourgs et les campagnes : les boutiques urbaines semblent en effet proposer une offre plus large que celles des campagnes ou des bourgs. Cela tient-il à la plus forte présence de marchands très spécialisés dans les villes ?

Conclusion

Cette longue étude suggère que dans le dernier quart du XVIII^e siècle tout au moins, il existait un modèle de consommation unifié en Lorraine centrale et méridionale. Malgré la grande diversité des produits disponibles dans la province, dont un certain nombre étaient de diffusion seulement locale, il apparaît que la plupart des étoffes et des produits d'épicerie étaient connus aussi bien à la ville qu'à la campagne. La différence entre les deux en termes de modèles de consommation ne doit donc pas être exagérée. Au demeurant, bien des étoffes de faible diffusion étaient parfaitement substituables par d'autres, si bien que l'éclatement des consommations ne doit pas être exagéré.

Cette large uniformisation de l'offre à l'échelle régionale est assurément portée par les boutiques. Dans l'ensemble, les marchands des campagnes et des bourgs ne mettent pas à la disposition de leurs clients des produits très différents. Qu'il s'agisse de marchands spécialisés ou de marchands généralistes, les produits ubiquistes représentent environ 75 % des fonds de boutique, tous types de localités confondus. Il n'y a que pour les étoffes de qualité supérieure que les boutiques des villes se distinguent de celles des campagnes. Cela tient sans doute à la composition socioprofessionnelle spécifique des populations urbaines, les villes accueillent une part proportionnellement importante des élites sociales - noblesse ou strates supérieures de la bourgeoisie.

Cette étude géographique de la demande et de l'offre de marchandises nous indique déjà que les ruraux – tout du moins les plus aisés d'entre eux – participaient de manière active aux marchés de consommation, acquérant des marchandises peu différents de celles des urbains. Mais qui était concerné par les achats en boutique ? L'étude précise de l'aire de

chalandise des boutiques, de la ventilation sociale de leur clientèle et de leur niveau d'affaires peut ainsi nous renseigner sur l'extension sociale de la consommation dans la Lorraine de la fin du XVIIIe siècle. La présence importante de marchands dans les campagnes nous laisse d'ores et déjà supposer que la consommation n'était pas cantonnée aux « élites rurales » - laboureurs, fermiers des dîmes, commerçants aisés -, mais s'étendait assez profondément dans la société, y compris dans les classes populaires⁶¹⁰.

⁶¹⁰ François MENANT et Jean-Pierre JESSENNE, « Introduction », in Id. (éd.), *Les élites rurales dans l'Europe médiévale et moderne*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2007 ; Jean-Pierre JESSENNE, « Usages, équivoques et pertinence de la 'bourgeoisie rurale' », in Id. (éd.), *Vers un ordre bourgeois ? Révolution française et changement social*, Rennes, Presses Universitaires, pp. 119-145.

Unité et différenciation des modèles de consommation

Dans le modèle de « révolution industrielle » développé par Jan De Vries pour rendre compte des dynamiques de la consommation dans les sociétés européennes du XVIII^e siècle, l'accroissement des désirs consuméristes occupe une place centrale⁶¹¹. Pour satisfaire de nouveaux besoins émergeant au XVIII^e siècle, les femmes auraient massivement investi le marché du travail, comme salariées ou travailleuses à domicile, ou se seraient lancées dans des activités marchandes. Les femmes étant désormais moins disponibles pour le travail domestique que la division sexuelle des tâches leur assignait, le ménage aurait donc dû recourir aux productions disponibles sur le marché (quels que soient du reste les circuits d'approvisionnement), pour se procurer des biens auparavant produits au sein même du foyer. Les femmes auraient ainsi gagné en autonomie, tant comme productrices que comme consommatrices, se procurant par leurs activités économiques de l'argent destiné dans une large mesure aux besoins du ménage, mais qu'elles pouvaient en partie employer pour elles-mêmes. Leur propre désir de consommation aurait ainsi largement contribué à l'augmentation de la demande sur les marchés de produits, et à la diversification des marchandises offertes.

Deux objections majeures peuvent être formulées à l'encontre de ce modèle. La première concerne la réalité de cette poussée du désir de consommation, dans la société en général et chez les femmes en particulier. Encore dans le premier tiers du XIX^e siècle, on note la persistance d'une attitude anticonsumériste chez les ouvriers, qui cherchent à ne travailler que ce qui est suffisant pour leur assurer un niveau de consommation constant : on ne recherche pas à accroître indéfiniment la quantité de biens consommés, mais à disposer de suffisamment de temps libre pour soi⁶¹². Quand bien même cette norme de consommation recherchée se serait considérablement transformée, enrichie et diversifiée au cours du XVIII^e siècle, ce point nuance fortement l'extension du désir de consommer pendant le siècle⁶¹³. De Vries apporte en réalité peu d'éléments en soutien de son hypothèse, et l'on peut douter qu'elle puisse être vérifiée en tant que telle. Le modèle proposé reposant sur un postulat infalsifiable, il vaut mieux renoncer à cette idée d'un « premier moteur » à la poussée de la consommation qui se manifesterait à partir de la fin du XVII^e siècle - et pourquoi pas plus tôt, d'ailleurs ? On peut cependant convenir avec De Vries de l'essor d'une culture de la consommation au XVIII^e siècle : dans les chapitres précédents, nous avons en effet montré que l'offre de commodités en Lorraine méridionale était largement unifiée, et qu'elle pouvait s'appuyer sur un semis de boutiques très dense sur l'ensemble du territoire. L'extension de l'appareil commercial contribue donc largement à accoutumer les populations, y compris dans les campagnes, à l'apparition de la nouveauté et à la diversité des produits de consommation :

⁶¹¹ Jan DE VRIES, "Between purchasing power and the world of goods. Understanding the household economy in early modern Europe", in John BREWER et Roy PORTER (éd.), *Consumption and the World of Goods*, Londres, Routledge, 1993, pp. 85-132 ; Id., "The industrial revolution and the industrious revolution", *Journal of Economic History*, 1994, pp. 249-270 ; Id., *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge, University Press, 2008.

⁶¹² Edward P. THOMPSON, "Time, work-discipline and industrial capitalism", *Past and Present*, 38, dec. 1967, pp. 56-97 ; Hans-Joachim VOTH, *Time and Work in England 1760-1830*, Oxford, University Press, 2001 et Id., "Time and Work in Eighteenth-Century London", *Journal of Economic History*, 58, 1998, pp. 29-58.

⁶¹³ Colin JONES et Rebecca SPANG, "Sans-culottes, sans café, sans tabac : shifting realms of necessity and luxury in eighteenth-century France", in Maxine BERG et Helen CLIFFORD (dir.), *Consumers and Luxury : Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, University Press, pp. 37-62.

à défaut de pouvoir documenter le désir de consommation, on peut mettre en évidence la formation de la base matérielle de l'adoption de pratiques consuméristes. Mais quelle était l'extension réelle de celles-ci ?

De Vries associe expressément dans son modèle développement de la consommation, accroissement du temps de travail et augmentation du travail rémunéré des femmes. Cela revient donc à supposer que les nouveaux consommateurs gagnés à l'extension de la consommation se recrutaient pour une bonne part parmi les ménages populaires (petits paysans indépendants, artisans, travailleurs salariés des champs et des villes), dont les femmes affluèrent sur le marché du travail. Cela est cependant discutable⁶¹⁴. Assiste-t-on en réalité à un accroissement de la consommation populaire, ou bien une intensification de la consommation des catégories les plus aisées ou les plus précoces à adopter une « culture de la consommation » faite d'achats massifs et diversifiés et de renouvellement fréquents des stocks possédés ?⁶¹⁵ Dans le premier cas, on explique la hausse de la consommation par l'extension géographique et sociale des marchés de biens de consommation (notamment par la participation accrue des campagnes à la consommation de commodités) ; dans le deuxième cas, on considère qu'elle est due à des achats plus massifs et plus fréquents parmi les élites sociales (en lien sans doute avec un gaspillage accru et une redistribution massive des biens mis au rebut, qui finissent par se retrouver tôt ou tard au sein des classes populaires). A vrai dire, ces deux explications ne s'excluent pas l'une l'autre, et nos résultats tendent jusqu'ici à les corroborer toutes les deux : les campagnes lorraines voient en effet se développer un tissu assez dense de boutiques à partir des années 1730, tandis que les *ratios* marchands des villes augmentent significativement à partir de la même date. Les plus grandes villes, notamment Nancy, voient en outre le nombre de leurs fripiers augmenter à partir du premier tiers du siècle, signe d'une circulation de deuxième main des vêtements très intense.

Le nœud de la question est celui des pratiques de consommation des classes populaires, et de leurs éventuelles transformations au cours du siècle. Dans quelle mesure se fournissent-elles en boutique pour se procurer des commodités ? Adoptent-elles également, dans la mesure de leurs moyens financiers, des pratiques de renouvellement répété de leurs biens ? En répondant à ces deux questions, on peut prendre la mesure de l'extension sociale des marchés de consommation. Il importe en particulier de savoir par quels biais cette éventuelle extension de la consommation se fait : dit autrement, quels sont les produits qui permettent l'augmentation de la consommation populaire ? Nous avons jusqu'à présent distingué plusieurs types de produits : les produits « stables », les produits plus volatiles (les innovations de produits), les *new items* (produits qui se sont largement diffusés au XVIIIe siècle). Dans le cas des premiers, la question se pose de savoir s'ils sont très ségrégués socialement, ou bien s'ils sont de consommation large voire universelle. Dans le cas des deuxièmes, on peut se demander s'il s'agit de produits censés aiguïser la curiosité (ou la frivolité) des catégories les plus aisées de la population, ou bien s'ils sont aussi destinés à des marchés de large consommation. Dans le cas des derniers, il s'agit de savoir quelle est l'ampleur de leur diffusion dans la société. Notre enquête va tenter de donner des aperçus de la ventilation sociale des consommations dans le dernier tiers du XVIIIe siècle, période pendant laquelle le niveau général de consommation de biens non alimentaires semble avoir atteint son maximum séculaire. Nous nous proposons de la mener en nous appuyant sur l'échantillon de boutiquiers déjà exploité.

⁶¹⁴ Maxine BERG, "Women's Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth-Century England", *Journal of Social History*, 30, 2, 1996, pp. 415-434 (plus particulièrement, p. 429).

⁶¹⁵ Daniel ROCHE, *La culture des apparences : une histoire du vêtement XVIIe-XVIIIe siècle*, Paris, Seuil, 2007, ; Id., *Histoire des choses banales : naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVIIe-XIXe siècle)*, Paris, Fayard, 1997

1. L'extension sociale de la consommation boutiquière

1.1. Comment mener l'enquête ?

1.1.1. Consommation et modèles sociaux de consommation

La nécessité d'une classification

Si la consommation est affaire de préférences personnelles, celles-ci obéissent à un certain nombre de logiques socio-économiques : les préférences individuelles sont surplombées par des modèles collectifs définis par la position sociale des consommateurs. L'affirmation individuelle par la consommation s'exprime évidemment sous contrainte de revenu, mais est également affaire de statut social. Dans les sociétés préindustrielles, la hiérarchie sociale était une hiérarchie des honneurs, qui imposaient des modèles de comportement⁶¹⁶. Parmi ceux-ci se trouvaient des modèles de consommation : les produits consommés devaient refléter une certaine position dans la société⁶¹⁷. Cela n'interdit ni la fantaisie, ni les préférences personnelles, notamment en matière de couleur ou de coupe des vêtements, mais cela impose un cadre commun de consommation. Tout consommateur est en somme soumis *dans une certaine mesure* (à préciser en cours d'étude) à des normes de consommation socialement définies. On ne peut donc mener une étude adéquate de la consommation dans les sociétés d'Ancien Régime sans rapporter les choix individuels à cette norme sociale surplombante et *dans une certaine mesure* contraignante.

Il se peut fort cependant qu'une telle transparence sociale des manières de consommer (chacun selon son rang) soit en recul au fil du XVIIIe siècle. Dans le cas de la consommation vestimentaire en effet, les observateurs de l'époque relèvent, souvent pour la déplorer, une uniformisation des consommations, les classes populaires adoptant les mêmes pratiques vestimentaires que les dominants. Cela passe vraisemblablement par l'achat d'un certain nombre de produits similaires à ceux que se procurent les classes supérieures, selon un mécanisme d'imitation du prestige des grandeurs sociales⁶¹⁸. Ce grand brouillage est sans doute également dû à l'essor du marché des vêtements de seconde main, par lequel les plus pauvres peuvent acquérir à prix assez modique les vêtements mis au rebus par les plus riches. Il se peut même d'ailleurs qu'il ait nourri les dynamiques de consommation des classes supérieures, d'autant plus soucieuses de revêtir de nouveaux atours que leurs anciens vêtements sont largement diffusés dans la population.

Du point de vue de la consommation, la société se découpe en sous-ensembles marqués par une culture de consommation spécifique, qui lui est assignée par la pyramide des dignités, par le niveau de revenu mais aussi par la tendance plus ou moins marquée à accepter la nouveauté et l'innovation. L'étude de ce brouillage éventuel ne peut être menée qu'en référence à ces normes de consommation socialement définies, et jugées moralement acceptables encore au XVIIIe siècle. Dit autrement, il va s'agir pour nous de tester la résistance de ces sous-cultures de consommation à une période de forte poussée de la diffusion des marchandises, potentiellement homogénéisatrice des comportements de

⁶¹⁶ Josette PONTET (éd.), *A la recherche de la considération sociale*, Talence, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1999 ; Alain GUERY, « Etat, classification sociale et compromis social : la capitation de 1695 », *Annales ESC*, 41-5, 1986, pp. 1041-1060.

⁶¹⁷ ROCHE, *Histoire des choses banales*

⁶¹⁸ ROCHE, *La culture des apparences*

consommation. Il nous faut donc identifier, au niveau macro-social, quelles sont les principales sous-cultures de la consommation qui se manifestent dans la société.

Quel découpage social retenir ?

La segmentation sociale des modèles de consommation dans la France du XVIII^e siècle, et son éventuel affadissement, imposent à notre enquête de s'appuyer sur une classification fine de la société. Il ne saurait s'agir de proposer ici un découpage de la société française (plus précisément, lorraine) du XVIII^e siècle ayant une valeur absolue, mais de fournir une taxinomie sociale adaptée à notre questionnaire. Nous allons tâcher de repérer ici les catégories sociales marquées par des pratiques de consommation communes. Les travaux menés à partir des inventaires après décès ont mis en évidence plusieurs types sociaux de consommation : ils peuvent nous servir de point de départ pour définir nos catégories d'investigation⁶¹⁹.

Parler de consommation populaire comme nous l'avons fait en introduction est de toute évidence une simplification excessive de langage. Qu'entendre en effet par « peuple » dans les sociétés d'Ancien Régime ?⁶²⁰ De toute évidence, il faut y compter les prolétaires urbains et ruraux, salariés ou domestiques, mais aussi un certain nombre d'artisans (en particulier ceux qui ne sont pas maîtres) et les paysans parcellaires aux exploitations les plus modestes. Parmi les roturiers, s'en distinguent ceux qui peuvent vivre à l'aise des revenus de leurs biens sans avoir à vivre de travaux infâmant, ou bien de l'exercice de leurs talents (professions libérales). Un certain nombre de groupes sociaux se trouvent cependant dans une position ambiguë, et ne peuvent être comptés de manière trop simpliste parmi les classes populaires : quelle est en effet la position sociale des artisans, en particulier ceux qui disposent d'un atelier important, et qui emploient plusieurs apprentis ou salariés ? De la même manière, ou placer les boutiquiers ? Les plus humbles, dont certains s'efforçaient surtout d'échapper à la misère, ne sont sans doute guère plus riches que des paysans modestes ; à l'inverse, les bons détaillants généralistes évoqués au chapitre précédent avaient sans doute une position sociale les apparentant aux professions libérales.

Un classement de ces différents groupes sociaux en classes populaires (prolétaires urbains et ruraux, petits paysans, petits artisans, petits commerçants), classes moyennes supérieures (professions libérales et marchands d'envergure moyenne) et classes moyennes inférieures (gros artisans, laboureurs, marchands modestes) aurait peut-être du sens en termes économiques (niveaux de revenus), voire en termes socio-historiques (une telle classification correspondant en gros à la gradation des dignités au sein du Tiers-Etat). Sans être totalement à rejeter, un tel ordonnancement doit être précisé, pour être mieux adapté à notre questionnaire. En effet, plusieurs travaux ont insisté sur l'importance de la profession exercée dans la sensibilité à l'innovation et à la nouveauté. Certains métiers sont en effet plus propices à l'adoption d'une culture consumériste que d'autres : les travaux de Daniel Roche ont en particulier insisté sur le rôle d'intermédiaire culturel joué par les domestiques dans la diffusion de normes de comportements et de consommation dans la société⁶²¹. Ainsi donc, il est indispensable, malgré leur situation de dépendance et leurs revenus souvent faibles, de les isoler des autres personnes des catégories populaires. De la même manière, les travaux de Lorna Weatherill indiquent que les professions liées au commerce, qu'il s'agisse de

⁶¹⁹ Lorna WEATHERILL, *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660-1760*, Londres-New York, Routledge, 1988, pp. 43-69.

⁶²⁰ Daniel ROCHE, *Le peuple de Paris : essai sur la culture populaire au XVIII^e siècle*, Paris, Fayard, 1998, pp. 52-89 ; François FURET et Adeline DAUMARD, *Structures et relations sociales à Paris au milieu du XVIII^e siècle*, « Cahier des Annales », n° 18, Paris 1961.

⁶²¹ ROCHE, *La culture des apparences*

marchands ou d'artisans, sont davantage enclins à accepter les innovations en matière de consommation que les autres personnes de rang social comparable. Au sein des classes populaires comme de la bourgeoisie à talents, il convient donc de distinguer les personnes selon leur plus ou moins grande proximité avec les sources de la nouveauté en matière de biens de consommation – qui contribue à les rendre plus ou moins enclins à accepter les innovations de produits. De la même manière, au sein des classes supérieures, différents comportements de consommation peuvent apparaître. On peut supposer que les milieux ecclésiastiques ou de la robe sont les plus conservateurs en matière vestimentaire – pour ce qui concerne en tout cas leurs habits de service. A l'inverse, l'aristocratie de cour se distingue par l'importance de sa garde-robe et est très sensible aux effets de mode et de renouvellement des motifs.

Comment construire une classification sociale à partir de nos documents ?

L'établissement de catégories d'analyse doit reposer sur les possibilités archivistiques. Dans quelle mesure les sources boutiquières nous permettent-elles de repérer la profession ou le statut social des personnes ? Les relevés de créances disponibles dans les inventaires de faillite sont les sources les plus abondantes nous permettant d'étudier la ventilation sociale et géographique des clientèles. Nous avons vu au chapitre précédent que ces documents sont formellement des extraits des livres-journaux d'achats et de ventes : selon la méticulosité des marchands commis à l'estimation des biens et des créances de leur collègue, et selon la précision de la tenue des livres, les informations sur les débiteurs qu'ils contiennent peuvent être importantes. Virtuellement, les informations disponibles dans les deux types de documents sont du même ordre, et leur analyse doit être menée conjointement.

Les mentions de statut ou de métier sont assez nombreuses dans les comptabilités. Elles correspondent à la nécessité pour le marchand d'apprécier la solvabilité des clients qu'il ne connaît pas : en vue donc de mieux identifier l'acheteur et ses possibilités de paiement, la profession est mentionnée. Cette mention disparaît généralement si le nouveau client devient régulier : le marchand sait désormais sur quelle base la relation commerciale est établie. La mention des professions est un moyen d'identification employé en début de relation pour mieux l'établir. *A contrario*, les ventes au comptant signalent rarement le nom même du client : il est inutile de se souvenir de lui, puisqu'aucune relation de crédit n'est nouée entre lui et le marchand. En tout cas, cela implique que la mention des professions ou des états n'est pas systématique, et répond globalement à des exigences spécifiques lors de l'ouverture de relations commerciales. On doit ainsi renoncer à pouvoir identifier professionnellement l'ensemble de la clientèle d'un marchand.

Il n'en va pas exactement de même de l'identification statutaire. Tant les comptabilités que les relevés de dettes actives mentionnent de manière assez scrupuleuse la dignité des clients. Dans le cas des nobles ou des membres du clergé, le titre est bien souvent mentionné – quand il ne sert pas tout simplement de dénomination – comme « le curé de Morville », client d'Empereur dont nous ignorons le nom. Chez Empereur par exemple, parmi les clients de la ville sans profession mentionnée, 34 sont gratifiés des titres de « Monsieur », « Madame » ou « Mademoiselle » ; à l'inverse, seuls quatre artisans sur 33 le sont, tandis qu'aucun des travailleurs à la journée n'a droit à un tel qualificatif. Sur 20 membres de professions intellectuelles, 18 sont appelés « Monsieur » ou « Madame »⁶²². Cela nous autorise à penser

⁶²² Jean-Claude PERROT (*Genèse d'une ville moderne. Caen au XVIIIe siècle*, t. 1, Paris-La Haye, Mouton, 1975, p. 244) rappelle que « le titre d'honneur sieur (est) indifféremment utilisé pour de notables roturiers, des anoblis et des nobles ; (...) cette rubrique ajoute l'idée d'un rang dans la hiérarchie sociale ». De fait, Empereur donne du « Monsieur » ou « Madame » à tous les nobles. Il mentionne le titre de noblesse de ses clients aristocrates.

qu'il s'agit de personnes « de qualité », certainement de bonne bourgeoisie rentière⁶²³, ou de mode de vie et de niveau de richesse équivalent. La corrélation est assez forte entre les titres accordés aux clients et leur statut social : les roturiers les plus humbles sont signalés par leurs prénom et nom, quand les artisans et commerçants de rang médiocre ont droit au titre de « sieur ». Les titres de « Monsieur », « Madame » ou encore « Mademoiselle » sont quant à eux bien plus exclusifs socialement, et réservés aux élites sociales : professions libérales bien installés, noblesse, ecclésiastiques. A défaut d'une identification professionnelle, il est donc possible de retrouver le statut social de bon nombre des clients sans mention de profession : si beaucoup de personnes désignées par leurs seuls prénom et patronyme sont peut-être de rang assez élevé, il est peu probable qu'un journalier se fasse donner du « Monsieur », en particulier à l'écrit ! Par l'analyse des titulatures, on peut donc repérer parmi la clientèle les roturiers de qualité, qu'il s'agisse de professionnels à l'occupation non mentionnée ou de « bourgeois d'Ancien Régime » qui, faisant vivre leurs biens, sont au sens strict sans profession. En définitive, la part des personnes sans spécification statutaire ou professionnelle dans les différents relevés est assez limitée.

1.1.2. Une classification sociale prospective

A partir des mentions de profession ou d'état portées au livre-journal des ventes ou dans le Grand Livre des ventes et reçus, nous avons pu procéder à un codage des clients par catégorie sociale : nous avons retenu dix catégories différentes, qui tiennent compte autant de la profession que du rang social⁶²⁴. Les mentions de statut ou de métier ne nous permettent pas une classification très fine pour les classes populaires, du reste plutôt sous-représentées chez Empereur : nous ne relevons ainsi que quelques « travailleurs à la journée » (TRA). La catégorie « artisans » (ARTI) regroupe tous les « gens de métier » dont l'activité est clairement indiquée dans les registres : on y retrouve des professions manuelles comme maréchal-ferrant, boutonnier, tailleur ou boulanger. Il n'a cependant pas été possible de distinguer entre les compagnons et les maîtres, en l'absence de mention explicite, bien que les différences de niveau de richesse au sein des professions soient probablement non négligeables : ainsi, même si faute de précisions tous les commerçants ont été regroupés dans la catégorie « marchands » (MAR), il est fort possible que l'on y trouve aussi bien de petits revendeurs que de solides merciers bien en vue. Ces trois groupes rassemblent quoi qu'il en soit l'essentiel de la clientèle populaire de Germain Empereur, auxquels il faudrait ajouter les quelques acheteurs issus d'un milieu modeste qui doivent sans doute se trouver parmi les huit clients urbains classés faute de renseignement « sans spécification » (SSPE).

La classification est plus aisée pour les clients des élites roturières locales. Nous distinguerons ainsi les gens de qualité sans mention de profession (QUAL) des « capacités » (CAP), qui regroupent les médecins, les avocats, les conseillers de l'Hôtel de Ville et les membres de toute autre profession non-manuelle. Nous joignons à cette dernière catégorie les étudiants, issus dans l'ensemble du même milieu social, ou destinés à y entrer. Bourgeois et capacités forment quoi qu'il en soit un petit monde qui s'interpénètre largement : « distincts de la noblesse par leur situation roturière, tous leurs liens les rattachent au contraire à la moyenne bourgeoisie locale du commerce, des offices et des professions libérales. De père en fils, de gendre à beau-père, tout un courant d'échanges les rattache à cette bourgeoisie

⁶²³ DAUMARD et FURET, *Structures et relations sociales à Paris*, p. 34.

⁶²⁴ Comme l'expliquent A. DAUMARD et F. FURET, « nous avons préféré ici à la classification par métiers le critère du statut socioprofessionnel : en effet, les échelons supérieurs des maîtres menuisiers par exemple sont plus proches des mêmes niveaux des autres maîtres que des compagnons. Dans une ville (...) où n'existe pas d'activité économique sociale spécifique et largement prédominante (...) ces regroupements horizontaux doivent permettre une vue plus exacte de la société. » (*Structures et relations sociales à Paris*, p. 17).

active »⁶²⁵. Pont-à-Mousson se caractérisait à l'échelle de son pays par l'exercice de différentes fonctions, notamment celle de résidence aristocratique. Nous avons regroupé tous les nobles sinon « de race », du moins non liés explicitement et directement au service judiciaire ou militaire du Duc et du Roi⁶²⁶, sous la catégorie « noblesse » (NOB). L'importance de l'implantation religieuse régulière et séculière à Pont-à-Mousson ainsi que le rôle de l'Université jésuite, nous a semblé justifier d'établir une catégorie « ecclésiastiques » (ECCL). Siège des différentes autorités politiques, notamment celles représentant l'Etat, la ville comptait en outre bon nombre de juges et d'officiers de police ou de justice, que l'on a regroupé dans la catégorie des « administrateurs » (ADM). Le développement de l'appareil d'Etat (ETA), notamment dans ses aspects militaires, répressifs ou de contrôle, se traduit par la présence de militaires, éventuellement nobles, de brigadiers de la Maréchaussée ou d'autres commis et personnels de l'Etat de moindre envergure que les précédents.

1.2. Les différentiels sociaux de recours à la boutique

1.2.1. Les catégories populaires dans les affaires des boutiques

Quelques remarques de méthode

Nous avons fait le choix d'étudier la participation des classes populaires à la consommation d'étoffes et d'accessoires de vêtement. Il s'agit en effet de produits-phares de la supposée « révolution de la consommation » du XVIII^e siècle. Manquant de données agrégées sur le niveau de la demande dans la province, nous sommes contraints, pour évaluer le niveau de participation populaire à la consommation, de nous appuyer sur l'étude de quelques cas précis de marchands détaillants⁶²⁷. Nous disposons de documents pour quatorze vendeurs d'étoffes ou d'accessoires de vêtement, qu'il s'agisse de marchands-drapiers ou de marchands de modes. Les commerçants que nous allons étudier sont caractérisés par la bonne tenue des documents les concernant, qu'il s'agisse de listes de créanciers contenues dans des inventaires de faillite ou de livres-journaux des ventes : ils indiquent explicitement la profession ou le statut social de la plus grande partie de leur clientèle, ce qui rend possible une étude fine de sa ventilation sociale.

L'étude sociologique des consommateurs d'étoffes et d'accessoires de vêtement peut en premier lieu se mener à partir des ventes effectuées par les boutiquiers écoulant ces produits. Nous pouvons le faire grâce aux archives du marchand-drapier de Pont-à-Mousson Germain Empereur, actif jusqu'à la fin des années 1750, pour lequel nous disposons d'une comptabilité complète. Comme chez la plupart des marchands grossistes ou détaillants lorrains dont les livres nous sont parvenus, Germain Empereur tenait sa comptabilité en partie simple. Le livre-journal des ventes⁶²⁸ indique au jour le jour le montant des opérations effectuées, et en donne le détail. Il notait dans la marge le lieu de résidence du client, et spécifie le plus souvent sa profession et sa qualité. Près de 80 % de la clientèle d'Empereur

⁶²⁵ Michel VOVELLE, *Ville et campagne au XVIII^e siècle (Chartres et la Beauce)*, Paris, Editions Sociales, 1980, p. 143.

⁶²⁶ Nous entendons par là isoler la noblesse vivant en rentière, et la distinguer de la noblesse de robe et de la noblesse militaire. Il est par ailleurs tout à fait possible que l'exercice d'une fonction militaire ou de judicature impose des impératifs et des modèles de consommation, qui ne soient pas exactement les mêmes que ceux des nobles rentiers.

⁶²⁷ Nous ne disposons que de données ponctuelles du niveau des ventes d'étoffes dans quelques localités du Clermontois (en Argonne) dans les années 1780. Nous les utiliserons comme points de comparaison pour les résultats tirés des documents comptables et des inventaires de faillite.

⁶²⁸ Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle (désormais AD 54), 49 B 561 : Journal des ventes de Germain Empereur (octobre 1752/juillet 1756).

peut ainsi être classée sociologiquement, conformément aux catégories établies plus haut. Une fois la vente faite, le client était marqué comme débiteur. S'il disposait d'un compte, une indication chiffrée dans la marge renvoyait au folio du Grand Livre des ventes⁶²⁹, où le montant de ses achats était porté sur la page de gauche (« Doit »), les paiements étant portés sur la page de droite (en « Avoir »). Si par contre le client ne disposait pas de compte ouvert, Empereur, comme c'était vraisemblablement la pratique chez les détaillants, se contentait d'inscrire « payé » dans la marge une fois la créance soldée, mentionnant rarement la date du paiement définitif ou du versement d'acomptes⁶³⁰. La vente était décrite en détail : Empereur indiquait quels produits avaient été achetés, en quelle quantité et pour quel prix unitaire. Les qualités de produits étaient en particulier très bien relevées, qu'il s'agisse des couleurs des étoffes, de leur largeur, de leur motif, etc. Empereur indiquait également souvent les circonstances de la vente : qui était venu récupérer les marchandises vendues, pour le compte de qui, etc. On peut donc dresser un tableau sociologique satisfaisant de la clientèle de ce marchand.

Le problème est qu'Empereur est pour ainsi dire le seul marchand de l'espace lorrain pour lequel on dispose d'une comptabilité aussi bien tenue après 1750. Comment donc mettre en perspective les observations faites pour ce marchand ? Dans quelle mesure peuvent-elles être généralisées ? L'utilisation de treize relevés des dettes commerciales actives de marchands détaillants peut nous fournir des résultats intéressants, bien que cette dernière approche soit quelque peu risquée – ne serait-ce que parce que les informations sont tirées d'inventaires des actifs dressés lors de faillites. Etudiant la diffusion des étoffes et des accessoires de vêtements, nous allons en premier lieu nous intéresser à la clientèle des marchands-drapiers et des marchands de modes⁶³¹.

L'interprétation de la présence des personnes dans les relevés de dettes actives ne va en effet pas de soi : qui sont les personnes considérées comme débiteurs ? Comment devient-on débiteur d'un marchand ? Les relevés de débiteurs sont extraits des portefeuilles, lorsque des billets ou des promesses de paiement ont été passés aux marchands ; dans le cas de simples ventes n'ayant pas donné lieu à promesse, il s'agissait simplement d'extraits des livres de compte. Par ailleurs, il n'est pas aisé de faire le lien entre les ventes et les dettes occasionnées par les opérations commerciales : toutes les créances sont-elles en effet causées par des opérations de vente ? Quelle est l'ampleur et la durée effective des relations entre les marchands et leurs clients, étant donné qu'un montant faible peut tout autant refléter une petite vente occasionnelle qu'un compte presque soldé par un client régulier ? Il ne faut pas non plus sous-estimer un autre biais : la possible surreprésentation des mauvais payeurs, peut-être les plus pauvres ou les moins solvables, dans les relevés de dettes. Une telle approche donne cependant quelques indications sur le recrutement géographique des clientèles, et permet de préciser le profil général des activités des marchands. Nous nous appuyons ici sur les relevés de dettes actives utilisables tirés des inventaires de faillite⁶³². Nous procéderons ici

⁶²⁹ AD 54, 49 B 567 : Grand Livre des ventes de Germain Empereur (années 1750).

⁶³⁰ On retrouve à la même époque des pratiques comptables similaires chez Abraham Dent, marchand-drapier du nord de l'Angleterre (Thomas Stuart WILLAN, *An Eighteenth Century Shopkeeper : Abraham Dent of Kirkby Stephen*, Manchester 1970), chez les petits merciers parisiens (Lucile PETIT, *Stratégies d'innovation et développement commercial de la boutique. Les marchands merciers parisiens à la fin de l'Ancien Régime*, Mémoire de master, Paris I, 2007-2008) ou, une trentaine d'années plus tard, chez la veuve Colombo de Nice (Marie-Louise CARLIN, *Un commerce de détail à Nice sous la Révolution. La maison Colombo*, Travaux et Mémoires, IV, La Pensée Universitaire, Aix-en-Provence, 1965). Il semblerait donc qu'une telle manière de tenir ses comptes soit typique du commerce de détail.

⁶³¹ Marchands-drapiers : Barrois (Lunéville, 1781) ; Brissard (Lunéville, 1789) ; Charotte (Mirecourt) ; Leroux (Dieuze, 1781) ; Cadet (Parey-Saint Ouen, 1770) ; Plus (Remiremont, 1780) ; Suillat. Marchands de modes : Athenas (Epinal, 1783) ; Bénard (Nancy) ; Briolet (Nancy) ; Desloges (Nancy, 1782).

⁶³² Pour la question de savoir où les particuliers s'approvisionnent et ce qui concourt à faire préférer tel lieu à un autre, voir : Anne RADEFF, *Du café dans le chaudron. Economie globale d'Ancien Régime : Suisse occidentale*,

de la même manière que nous l'avons fait dans la deuxième partie avec la clientèle des marchands-magasiniers.

Quels résultats pertinents peut-on cependant tirer d'un échantillon d'inventaires aussi étroit ? Par la comparaison des différents cas au sein de chaque type de marchands, on peut discerner quelques tendances remarquables : si tous les marchands du même type indiquent par exemple qu'une catégorie sociale donnée représente autour de 20 % de sa clientèle, on pourra considérer qu'il s'agit d'un résultat significatif. Si par contre un ou deux marchands au sein de chaque type s'écartent de la tendance générale discernée, on s'efforcera de déterminer ce qui dans ses activités peut expliquer cet écart : localisation géographique, qualité des marchandises vendues, etc. Les résultats tirés de cette étude étant fragilisés par l'étroitesse de l'échantillon retenu, ils nous serviront surtout à mettre en évidence des profils de clientèles, qui nous permettront de mieux situer la ventilation entre catégories sociales que l'on retrouve chez Germain Empereur. Nous tenterons malgré tout de les mettre en perspective. Nous avons déjà signalé la description du Clermontois, qui donne pour quelques localités le niveau général des ventes en étoffes effectuées par les boutiques du lieu. De manière très grossière, en rapportant le niveau des ventes à la population du lieu et des quelques localités environnantes, on pourra obtenir un chiffre grossier sur la consommation moyenne d'étoffes par ménage dans les bourgs et les villages des années 1780. Extrêmement imprécise, cette approche nous permettra toutefois d'évaluer la plausibilité des résultats tirés de l'étude des inventaires et des comptabilités.

Une consommation populaire réelle mais de volume modeste

La clientèle des boutiques est très variée sociologiquement, et les marchands ont souvent des profils de clientèle très différents les uns des autres.

Clientèle de BARROIS, marchand-drapier de Lunéville				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ADM	487,68	2,2	1	0,4
ARTI	1392,13	6,1	39	15,7
CAP	296,74	1,3	8	3,2
DOM	100,41	0,4	5	2,0
ECCL	357,85	1,6	3	1,2
ETA	13075,39	57,7	98	39,4
MAR	1209,8	5,3	12	4,8
NOB	341,78	1,5	1	0,4
QUAL	413,35	1,8	9	3,6
SSPE	4995,63	22,0	72	28,9
TRA	9,75	0,0	1	0,4
Total	22680,51	100,0	249	100,0

Franche-Comté et Savoie, Lausanne, Société d'histoire de la Suisse romande, 1996, pp. 377-380 et Lorna WEATHERILL, *The Account Book of Richard Latham, 1724-1767*, Londres, Oxford University Press, 1990.

Clientèle de BRISSART, marchand-drapier de Lunéville				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. I.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ADM	260,68	2,3	5	2,3
ARTI	1101,75	9,9	33	14,9
CAP	558,01	5,0	9	4,1
DOM	547,35	4,9	26	11,7
ECCL	104,23	0,9	1	0,5
ETA	1334,79	12,0	10	4,5
MAR	376,05	3,4	9	4,1
NOB	681,62	6,1	3	1,4
QUAL	1669,86	15,0	27	12,2
SSPE	3483,1	31,3	71	32,0
TRA	1020,98	9,2	28	12,6
Total	11138,42	100,0	222	100,0

Clientèle de CHAROTTE, marchand-drapier de Mirecourt				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. I.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ARTI	231,27	10,8	30	29,4
CAP	18,95	0,9	2	2,0
DOM	202	9,5	4	3,9
ECCL	2,6	0,1	1	1,0
ETA	621,95	29,2	11	10,8
MAR	23,96	1,1	3	2,9
QUAL	454,58	21,3	6	5,9
SSPE	576,29	27,0	44	43,1
TRA	0,64	0,0	1	1,0
Total	2132,24	100,0	102	100,0

Clientèle de LEROUX, marchand-drapier de Dieuze				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ARTI	438,6	42,3	20	25,3
CAP	16,95	1,6	3	3,8
DOM	61,45	5,9	4	5,1
ETA	50,33	4,9	3	3,8
QUAL	10	1,0	1	1,3
SSPE	304,28	29,4	37	46,8
TRA	155,03	15,0	11	13,9
Total	1036,64	100,0	79	100,0

Toutes les boutiques de marchands-drapiers sont socialement ouvertes : même Germain Empereur, qui est comme nous le verrons le fournisseur des élites sociales de Pont-à-Mousson et des environs, compte nombre d'artisans et de travailleurs salariés parmi ses clients. Les autres exemples étudiés indiquent que les artisans et salariés représentent près de la moitié de la clientèle identifiée des boutiques (c'est-à-dire exclusion faite des clients sans spécification – SSPE). La surreprésentation des élites sociales, nobles comme roturières, dans la clientèle, bien que réelle, ne semble pas écrasante. Le même constat peut se faire pour les marchands généralistes, où les chiffres atteignent des proportions similaires.

Au sein des classes populaires, un certain nombre de tendances se dégagent cependant. Le cœur des consommateurs populaires est composé d'artisans, qu'ils effectuent des achats pour approvisionner leurs boutiques (ce peut être le cas pour des tailleurs achetant du fil, des perruquiers achetant des rubans, etc.) ou pour leur propre consommation. La place des travailleurs salariés parmi les consommateurs des boutiques est faible. Étant donnée leur absence fréquente de spécialisation professionnelle, il se peut fort bien que nombre d'entre eux disparaissent dans la catégorie « sans spécification ». Quand bien même leur importance relative serait minorée, leur nombre est bien faible. Il se peut donc que leur participation effective à la consommation d'étoffes et d'accessoires ait été très restreinte, et qu'ils se soient contentés des circuits de redistribution de deuxième main. Les domestiques sont quant à eux très représentés : outre leur place dans la population des villes, sans doute près de 2 à 3 % comme dans le reste de l'espace français, cela reflète leurs capacités de consommation, ainsi que leur appropriation de nombre d'habitudes de consommation de leurs maîtres.

Les marchands de modes ont quant à eux une clientèle qui recrute très majoritairement parmi les élites sociales⁶³³. Les artisans y sont très peu nombreux, et les travailleurs salariés en sont absents.

⁶³³ Peter BURKE, "Res et verba : conspicuous consumption in the early modern world", in BREWER et PORTER (éd.), *Consumption and the World of Goods*, pp. 148-161.

Clientèle d'ATHENAS, marchand de modes d'Epinal				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. I.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ADM	522	21,8	3	4,6
ARTI	302,68	12,7	4	6,2
CAP	106,96	4,5	5	7,7
DOM	99,4	4,2	3	4,6
ECCL	29,43	1,2	2	3,1
ETA	374,41	15,7	10	15,4
MAR	212,2	8,9	6	9,2
NOB	360,03	15,1	8	12,3
QUAL	315,29	13,2	16	24,6
SSPE	68,13	2,8	8	12,3
Total	2390,53	100,0	65	100,0

Clientèle de BENARD, marchand de modes de Nancy				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. I.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ARTI	50,94	11,3	4	14,3
CAP	6	1,3	1	3,6
ETA	26,19	5,8	1	3,6
NOB	105,21	23,4	5	17,9
QUAL	177,36	39,5	15	53,6
SSPE	83,18	18,5	2	7,1
Total	448,88	100,0	28	100,0

Clientèle de BRIOLET, marchand de modes de Nancy				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ADM	96	1,7	1	0,7
ARTI	71,05	1,3	5	3,3
CAP	77,25	1,4	5	3,3
DOM	336,8	6,0	8	5,3
ECCL	99,15	1,8	5	3,3
ETA	92,4	1,7	2	1,3
MAR	1,8	0,0	1	0,7
NOB	1216,96	21,7	34	22,5
QUAL	2954,24	52,8	76	50,3
SSPE	651,73	11,6	14	9,3
Total	5597,38	100,0	151	100,0

Clientèle de DESLOGES, marchand de modes de Nancy				
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de débiteurs	Proportion des débiteurs
ARTI	23	0,4	1	1,3
CAP	876,5	14,6	3	3,8
DOM	368,55	6,2	7	9,0
ECCL	692,5	11,6	2	2,6
ETA	984,95	16,4	13	16,7
MAR	9,2	0,2	2	2,6
NOB	1638,7	27,4	12	15,4
QUAL	1061,55	17,7	26	33,3
SSPE	332,95	5,6	12	15,4
Total	5987,9	100,0	78	100,0

Cette très faible représentation des classes populaires est sans doute le signe de leur rapport spécifique à la mode et au vêtement. Elles sont peu concernées par les dynamiques de renouvellement liées à la mode, puisque les vêtements sont surtout usuels, destinés à être employés pour le travail. Les vêtements quotidiens sont donc censés être fonctionnels, et le renouvellement est lié à l'usure. Dans les faits, les beaux vêtements étaient rares chez les plus modestes encore à la fin du XVIIIe siècle, et il n'y avait donc pas beaucoup de pièces de

vêtement à remettre au goût du jour⁶³⁴. Cela ne veut pas dire que les classes populaires étaient insensibles à la mode ou à l'élégance : il se peut ainsi que la nouveauté se soit diffusée par les achats chez les fripiers. Il se peut surtout que les marques d'élégance et le goût de la nouveauté se soient marqués autrement que par un rafraîchissement total des vêtements : sur des vêtements communs, coudre de nouveaux boutons, de nouveaux rubans pouvait être une forme élémentaire de participation aux dynamiques de la mode. D'autres accessoires de large consommation pouvaient également être acquis, qui participaient d'une apparence physique globale, comme les mouchoirs, les colifichets, etc. La faible part des classes populaires parmi la clientèle des marchands de modes est donc liée à la médiocre qualité des vêtements qu'elles utilisaient, et vraisemblablement à l'existence d'autres modalités de participation aux dynamiques de la mode, plus discrètes, mais bien réelles⁶³⁵. De manière assez symptomatique, les seuls artisans apparaissant chez les marchands de modes sont des friseurs ou des perruquiers, autant de métiers directement liés à l'apparence physique, et dont les praticiens étaient en relations constantes avec les milieux sociaux participant le plus aux dynamiques de consommation et de renouvellement.

Si la participation populaire à la consommation vestimentaire fait peu de doute – les inventaires de faillite des marchands suggèrent même que les catégories populaires formaient la plus grande partie des consommateurs d'étoffes et d'accessoires – il faut cependant bien voir que le niveau de leurs achats était relativement restreint. En effet, rares étaient les boutiques où les membres des élites sociales (identifiés comme tels) représentaient moins de 40 % des créances actives. Les contraintes économiques pesant sur les catégories populaires étaient en effet bien plus fortes que sur les autres, ce qui explique que le niveau de leurs achats soit tendanciellement inférieur à celui des autres catégories sociales. Pour chaque marchand, nous avons calculé la créance moyenne sur les clients de chaque catégorie sociale : nous avons, pour faciliter les comparaisons, ramené chaque moyenne catégorielle à la moyenne des dettes chez chaque marchand. Cela nous a permis de calculer des indices d'endettement par catégorie (la dette moyenne équivaut à l'indice 100). Dans l'ensemble, artisans comme domestiques ou salariés ont fréquemment des indices inférieurs à 70, quand les élites roturières ont fréquemment des indices compris entre 100 et 150.

⁶³⁴ Tony VOLPE, « La civilisation matérielle dans les campagnes lorraines, XVII^e et XVIII^e siècles », in *Annales de l'Est*, 1999, 1, pp. 63-104 ; Emilie BIEBER, *Culture matérielle et travail agricole dans le canton de Sarrebourg au XVIII^e siècle*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 2003.

⁶³⁵ ROCHE, *La culture des apparences* ; Amélie LAROCHE, *Le commerce des modes à Paris au XVIII^e siècle. Marchandises, savoir-faire et clientèle de trois marchands de modes*, Mémoire de Master 2, Paris I, 2011/2012.

Indices d'endettement par catégorie sociale	BARROIS (Lunéville)	BRISSART (Lunéville)	CHAROTTE (Mirecourt)	LEROUX (Dieuze)	ATHENAS (Epinal)	BENARD (Nancy)	BRIOLET (Nancy)	DESLOGES (Nancy)
ADM	535,4	103,9	0,0	0,0	473,1	0,0	259,0	0,0
ARTI	39,2	66,5	36,9	167,1	205,7	79,4	38,3	30,0
CAP	40,7	123,6	45,3	43,1	58,2	37,4	41,7	380,6
DOM	22,0	42,0	241,6	117,1	90,1	0,0	113,6	68,6
ECCL	131,0	207,7	12,4	0,0	40,0	0,0	53,5	451,0
ETA	146,5	266,0	270,5	127,9	101,8	163,4	124,6	98,7
MAR	110,7	83,3	38,2	0,0	96,2	0,0	4,9	6,0
NOB	375,2	452,8	0,0	0,0	122,4	131,3	96,6	177,9
QUAL	50,4	123,3	362,5	76,2	53,6	73,8	104,9	53,2
SSPE	76,2	97,8	62,7	62,7	23,2	259,5	125,6	36,1
TRA	10,7	72,7	3,1	107,4	0,0	0,0	0,0	0,0

1.2.2. Les niveaux de consommation populaire : une mise en perspective

Quelques remarques de méthode

La part des catégories populaires dans la consommation semble, sur la base de nos indications, relativement limitée : les élites sociales, roturières, ecclésiastiques ou aristocratiques, ne représentent jamais moins de 30 à 40 % des ventes des marchands, tant drapiers que généralistes. La méthode d'analyse mise en œuvre plus haut est cependant assez discutable, du fait notamment de l'étroitesse de l'échantillon de commerçants exploitable. De plus, l'étude de la part globale des classes populaires dans la consommation d'étoffes et d'accessoires ne dit rien du niveau moyen de consommation des particuliers ou des ménages populaires en étoffes ou en accessoires. Il va s'agir ici d'évaluer les différentiels de participation des catégories sociales à la consommation d'étoffes et d'accessoires. Pour ce faire, nous allons nous appuyer dans un premier temps sur les ventes effectuées par Germain Empereur pendant l'année que nous avons étudiée, pour calculer des niveaux moyens par catégorie sociale.

Pour mettre ces résultats en perspective, nous nous appuyerons là encore sur les données tirées de plusieurs inventaires de faillite indiquant le niveau d'endettement des clients auprès des boutiquiers, et pour lesquels nous disposons d'information sur le statut social ou la profession des clients. En plus des 13 marchands étudiés plus haut, nous pouvons nous appuyer sur 14 inventaires supplémentaires, qui mentionnent la qualité de quelques-uns de leurs clients seulement : onze concernent des marchands-drapiers et trois des marchands de modes⁶³⁶. Nous nous proposons de regrouper dans trois séries distinctes les données des inventaires des sept drapiers, des sept marchands de modes ainsi que des quatorze généralistes, et d'étudier le niveau et la ventilation des dettes pour chacune des catégories sociales. Il va de soi que des représentants de toutes les catégories sociales peuvent être amenés à effectuer de petits achats : ainsi, on trouve chez tous les marchands des dettes de

⁶³⁶ Marchands-drapiers : Dingen ; Méget (2^e inventaire) ; Noël. Marchands de modes : Lacour ; Lamirault ; Liégeois. Marchands généralistes : Didion ; Garosse ; Mercier ; Millot ; Rivet ; Thiriet (Lunéville, 1781) ; Thiébault ; Vaillat (1^e inventaire) ; Vaillat (2^e inventaire).

faible niveau (quelques sous ou quelques livres) dues par des bourgeois. A l'inverse, le niveau de fortune étant une contrainte pesant sur le niveau des achats, et les marchands n'étendant pas le crédit de manière indéfinie, les plus pauvres ne pouvaient se livrer à des achats aussi nombreux et d'un montant aussi élevé que les plus aisés. Il est donc intéressant d'observer jusqu'à quel niveau montent les créances pour chacune des catégories sociales. Pour ce faire, nous avons établi une série unique des dettes par catégorie sociale, pour les drapiers et les merciers, regroupant les données tirées de tous les relevés de débiteurs utilisables, pour laquelle nous calculerons la médiane et les barres de chaque quartile. Cela nous permet de déterminer quel niveau d'endettement chaque catégorie sociale se permet. Il ne s'agit pas ici de calculer un hypothétique montant moyen de l'endettement des catégories sociales auprès des marchands, mais de déterminer l'ampleur de l'endettement potentiel de chacune d'elles.

Est-il fondé de regrouper les dettes de tous les inventaires en une seule série ? Il nous semble que oui, étant donné que les listes de débiteurs dont nous disposons concernent des marchands de niveaux d'affaires et de spécialisations différents. Pour chaque catégorie sociale, une large palette des niveaux d'endettement nous est ainsi livrée, des dettes les plus faibles aux dettes les plus élevées. La diversité des profils de marchands regroupés ici, la diversité sociologique de leur clientèle et le hasard total ayant présidé à la préservation des inventaires utilisables garantissent la représentativité des niveaux d'endettement relevés. Que notre échantillon regroupe des inventaires réalisés sur une période de 15 ans n'est pas en soi un problème considérable, dans la mesure où l'inflation pour les biens de consommation étudiée est selon toute vraisemblance très faible : en effet, nous avons déjà constaté que le prix des étoffes était resté sensiblement le même en Lorraine entre les années 1750 et les années 1790 – à en juger notamment par la stabilité des prix estimés des différentes étoffes entre ces deux dates.

Un niveau de consommation des classes populaires modeste, mais non négligeable

L'analyse du niveau médian des créances chez les marchands-drapiers et chez les marchands généralistes laisse apparaître de gros écarts de niveau d'achat entre les catégories populaires, les élites de la roture et la noblesse. Chez ces deux dernières, la limite inférieure du troisième quartile des créances est deux à trois fois plus élevée que chez les classes populaires. C'est le signe d'une participation différenciée à la consommation.

Niveaux d'achat des différentes catégories sociales chez les marchands-drapiers		
Montants en liv. l.	Médiane	3e quartile
ARTI	11,70	24,75
TRA	11,70	22,00
<i>TRA (sans les ouvriers de la faïencerie de Lunéville)</i>	<i>10,38</i>	<i>17,48</i>
DOM	16,11	25,32
ETA	43,40	107,25
<i>ETA (sans les Gendarmes Rouges)</i>	<i>27,75</i>	<i>68,20</i>
CAP	20,50	42,00
QUAL	20,14	41,40
NOB	25,97	non significatif
<i>Gendarmes Rouges</i>	<i>89,05</i>	<i>164,27</i>
ADM	29,71	non significatif
ECCL	31,00	non significatif

La participation populaire à la consommation n'en est pour autant pas négligeable. Les écarts sont réels avec les élites roturières, mais ne sont pas considérables : on reste dans des sommes du même ordre de grandeur. Certains artisans ou travailleurs manuels sont même en mesure de faire de gros achats – ou tout du moins de se laisser accorder un crédit important chez des marchands. Cela signifie donc sûrement que leurs capacités de remboursement sont jugées solides par les marchands. Ces résultats sont dans une large mesure confirmés par les achats effectués chez Germain Empereur.

Ventes de Germain Empereur (1 ^{er} octobre 1752 - 30 septembre 1753)					
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de clients	Proportion des clients	Montant moyen des achats annuels
ADM	6648,02	14,9	46	9,9	144,52
ARTI	1800,43	4,0	54	11,6	33,34
CAP	3580,94	8,0	35	7,5	102,31
DOM	75,58	0,2	3	0,6	25,19
ECCL	5822,46	13,1	48	10,3	121,3
ETA	1434,2	3,2	20	4,3	71,71
MAR	3298,87	7,4	30	6,4	109,96
NOB	8512,86	19,1	45	9,6	189,17
QUAL	9466,88	21,2	90	19,3	105,19
SSPE	3318,45	7,4	75	16,1	44,25
TRA	655,14	1,5	21	4,5	31,20
Total	44613,83	100,0	467	100,0	95,53

Sans grande surprise, le niveau des ventes aux différentes catégories socioprofessionnelles varie de 33 liv. l. pour les artisans à presque 190 liv. l. pour les aristocrates. Capacités, marchands et bourgeois effectuent quant à eux des achats d'une centaine de livres. S'il n'est pas très surprenant de voir les élites sociales dépenser plus en vêtements que les artisans ou même les bons bourgeois de la ville, le relevé des ventes met cependant en évidence l'importance du *Mittelstand* urbain et rural parmi la clientèle d'Empereur. Les roturiers « de qualité » représentent ainsi plus d'un cinquième des achats en valeur. Dans l'état actuel des recherches sur les revenus, les dépenses et les capacités effectives de consommation des différents groupes sociaux, il est difficile de dire quelle part de leurs achats en vêtements représentent ces opérations pour les différents clients étudiés : peu de tentatives de reconstitution de budgets de ménages ont été menées pour l'Ancien Régime, si ce n'est celles d'Ernest Labrousse pour les manouvriers parisiens, et différentes études sur les dépenses des maisons aristocratiques⁶³⁷. Les données manquent pour les bourgeoisies urbaines et rurales, qui furent pourtant sans doute les piliers de l'accroissement de la consommation au XVIII^e siècle. L'exemple de Pierre Duchemin du Tertre, de Laval, peut cependant en première approximation servir de point de comparaison. Solide marchand grossiste en toiles dans les années 1730, propriétaire foncier, il tire de ses terres bon an mal an 1000 liv. t., sans que l'on puisse rien dire du niveau de ses gains dans le commerce⁶³⁸. Il restreint quoi qu'il en soit ses consommations personnelles à la recette de ses terres, dépensant en moyenne chaque année un peu moins de 900 liv. t. pour son ménage, dont 145 liv. t., le sixième, pour le vêtement⁶³⁹. Ses différents achats d'étoffes et autres fournitures pour se faire

⁶³⁷ Natacha COQUERY, *L'hôtel aristocratique. Le marché du luxe à Paris*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1998, pp. 147-178 ; Jean DUMA, *Les Bourbon-Penthièvre (1678-1793)*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1995, pp. 401-497.

⁶³⁸ Annie ANTOINE, *Les comptes ordinaires de Pierre Duchemin du Tertre, marchand de toile et seigneur dans la première moitié du XVIII^e siècle*, Laval, Société d'Archéologie et d'Histoire de la Mayenne, 1995, pp. 144-146.

⁶³⁹ ANTOINE, *Ibid.*, pp. 56-57.

confectionner des habits s'élèvent à chaque fois à plusieurs dizaines de liv. t., ce qui correspond au prix moyen que paient les « capacités » et autres personnes de qualité de Pont-à-Mousson quand elles se rendent chez Empereur. Car se faire faire un habit coûte cher : les comptes de Pierre Duchemin du Tertre indiquent que l'achat des fournitures pour un habit coûtait plusieurs dizaines de liv. t. pour des étoffes de qualité moyenne ou bonne. L'habit de ras qu'il se fait faire en janvier 1725 lui revient à 14 liv. t. pour la façon et les finitions, et à presque 30 liv. t. de matériau⁶⁴⁰ ; deux vêtements de beau drap d'Elbeuf qu'il fait tailler pour ses fils en décembre 1733 lui reviennent, seulement pour l'étoffe, à 98 liv. t. 8 s.⁶⁴¹ Ces niveaux de prix sont exorbitants pour la masse de la population, et Duchemin lui-même ne se fait pas faire plus d'un habit par an.

1.3. Les femmes et la boutique

Une participation massive des femmes à la consommation suppose qu'elles disposent d'une autonomie de choix en matière de sélection, d'achat et de possession des marchandises. Cette autonomie est assez bien attestée pour la Grande-Bretagne par les travaux de Maxine Berg et de Margot Finn : les femmes pouvaient largement disposer de leurs biens au sein du ménage, et ce malgré leur situation de dépendance juridique⁶⁴². De plus, malgré les restrictions légales, elles pouvaient effectuer des achats pour leur compte, en se passant de fait de l'autorisation de leur mari (qui restait cependant seul débiteur en dernier ressort, en tant que chef du ménage). Une sphère d'autonomie leur était ainsi laissée dans la consommation de vêtements, d'accessoires voire de biens d'équipement des intérieurs (petits meubles et bibelots). Cette consommation féminine se serait appuyée sur un rapport spécifique aux objets : les testaments montrent en effet que les vêtements ou accessoires étaient des moyens d'affirmer une identité personnelle, différente de l'identité sociale de l'épouse gardienne du foyer⁶⁴³. La consommation aurait ainsi permis d'échapper aux rôles sociaux auxquels la famille patriarcale les assignait, et pourrait même être interprétée comme moyen, fût-il modeste et partiel, d'émancipation. Sur le même modèle que l'étude menée plus haut pour les classes populaires, nous allons tâcher d'évaluer cette participation féminine à la consommation, et de mettre en évidence les formes qu'elle prend.

1.3.1. Les femmes et les dynamiques de la consommation

Femmes, consommation et élargissement des marchés de produits

Dans l'historiographie de la consommation à l'époque moderne, les femmes sont très souvent associées à la consommation de marchandises de modes et d'accessoires de vêtement : à leur manière, plus ou moins frivole selon les auteurs, elles auraient favorisé l'accroissement de la circulation des marchandises, et contribué au renouvellement accéléré des gammes de produits proposés dans les boutiques. Il ne fait pas de doute que la consommation de commodités, en particulier de vêtements et d'accessoires, était très différente selon les sexes. Etoffes, rubans et accessoires ne sont selon toute vraisemblance pas consommés dans les mêmes proportions par les hommes et les femmes, et à l'intérieur de ces

⁶⁴⁰ ANTOINE, *Ibid.*, p. 63.

⁶⁴¹ ANTOINE, *Ibid.*, p. 77.

⁶⁴² Amanda VICKERY, "Women and the world of goods: a Lancashire consumer and her possessions, 1751-81", in BREWER et PORTER (éd.), *Consumption and the World of Goods*, pp. 274-301 ; Margot FINN, "Women, Consumption and Coverture in England, c. 1760-1860", *Historical Journal*, 39, 3, 1996, pp. 703-722 ; Maxine BERG, "Women's Consumption and the Industrial Classes", pp. 415-434.

⁶⁴³ BERG, "Women's Consumption and the Industrial Classes", p. 421.

catégories de produits, la demande de chacun des deux sexes est tournée vers des marchandises différentes. Certains produits des manufactures sont ainsi directement destinés au public féminin. Ce serait donc en partie par les femmes que la culture de la consommation se serait diffusée dans les sociétés occidentales. Les produits pour lesquels les modes sont très changeantes et les renouvellements rapides, comme les étoffes de coton, les rubans ou les bas, auraient ainsi incité les femmes à davantage consommer.

Il faudrait cependant préciser et nuancer cette présentation des choses, que nous ne rejetons pas, et indiquer dans quelle mesure les femmes ont pu contribuer aux dynamiques de la consommation. On peut se demander quelle place les femmes occupaient parmi la clientèle des boutiques : cela va nous permettre de mettre en évidence les produits vers lesquels les femmes se tournaient, et en particulier quelle part elles prenaient dans la consommation de *new items*. Il ne saurait pourtant s'agir de s'arrêter là. Dans une optique d'histoire de la consommation, on doit se demander dans quelle mesure elles pouvaient formuler une demande autonome, identifiée comme telle, et à laquelle les marchands s'efforçaient de répondre. Dans une société aussi patriarcale que celle du XVIII^e siècle, dans quelle mesure les femmes étaient-elles suffisamment libres de leurs mouvements, de leurs actions et de leurs dépenses pour se livrer à une consommation autonome ? Qui sont en fait les consommatrices, et dans quel cadre fréquentent-elles la boutique ? Si la présence des femmes est importante dans les boutiques, il n'est pas sûr que ce soit le signe d'une autonomie de la consommation : dans bien des cas, elles venaient récupérer une commande de leur mari. Cependant, le nombre important de femmes mariées faisant des achats pour leur compte propre suggère une vraie autonomie de choix (naissante ?) chez les femmes. Mais dans quels milieux sociaux ? C'est donc le mode de participation des femmes à la consommation en boutique qu'il faut interroger.

Les hypothèses que nous fournit l'historiographie doivent être confrontées aux données que nous pouvons tirer des inventaires et des comptabilités marchandes. Le principal reproche que nous pouvons formuler à ces hypothèses est de surévaluer le poids des boutiques de modes et de *new items*, au détriment de boutiques plus généralistes. Une prise en compte de l'ensemble des types de boutiques identifiés au chapitre précédent doit nous permettre de critiquer les résultats de l'historiographie – de les discuter sans nécessairement les invalider. Retenons d'emblée que les boutiques d'étoffes ou celles spécialisées dans l'épicerie, étaient les plus marquées par une clientèle féminine, encore que pour des raisons différentes.

Pour autant, parler de consommation « féminine » n'a pas beaucoup de sens, et il vaut mieux essayer de distinguer les différentes situations donnant lieu à une consommation par les femmes. Nous ne pouvons le faire pleinement qu'avec l'étude des ventes. Dans l'immédiat, retenons que l'on peut distinguer à partir des données des inventaires les cas de consommation autonome (achats effectués par des femmes mariées pour elles-mêmes, mais aussi des filles majeures – à supposer qu'elles vivent encore chez leurs parents) et ceux de consommation par des femmes chefs de famille (les veuves le sont indéniablement ; c'est plus douteux dans le cas des filles majeures, bien que le dépouillement des rôles de paroisse nous ait montré qu'elles formaient parfois des foyers autonomes).

Comment étudier la place des femmes dans les dynamiques de consommation ?

Les mentions de situation familiale sont extrêmement fréquentes dans les comptabilités comme dans les inventaires, lorsque la personne effectuant l'achat est une femme (veuve ou mariée), ou lorsqu'il s'agit d'un enfant mineur ou sous tutelle (des deux sexes). On mentionne également les cas où les personnes impliquées sont fils ou filles majeurs. Ces informations sont de toute évidence à relier à la volonté de clarté de la relation de crédit entre le marchand et son client que nous évoquions plus haut : en cas de contentieux

sur le paiement, il s'agit de savoir vers qui le marchand devra se retourner, le père de famille (éventuellement la veuve) ou la personne ayant effectué l'achat.

L'inscription dans un registre de comptabilité suppose l'ouverture d'une relation de crédit entre le marchand et son client. La question de la majorité se posait pour les jeunes gens, qui étaient émancipés à 25 ans seulement depuis l'édit du 15 mars 1723 – à moins de s'être mariés plus jeune et avec le consentement de leurs parents⁶⁴⁴. La mention « fils majeur » (ou « fille majeure ») peut ainsi servir à lever l'ambiguïté concernant la responsabilité légale d'une personne assez jeune se présentant à la boutique. Cependant, une telle indication n'est pas forcément très claire pour nous selon les contextes, et nécessite parfois interprétation. En effet, la coutume de Saint-Mihiel, dont relevait notamment la ville de Pont-à-Mousson, stipulait que l'autorité paternelle continuait à s'exercer sur les enfants majeurs non mariés demeurant encore au domicile du père⁶⁴⁵. La mention « fils majeur » peut donc dans ce cas signifier que le responsable légal de l'opération de vente est le père et non la personne effectuant l'achat. Seule l'analyse précise de chaque cas peut nous l'indiquer.

Dans le cas des femmes majeures, il importait également aux marchands de connaître leur statut matrimonial, en vue de déterminer leur niveau de responsabilité légale. Selon la coutume de Lorraine, suivie en cela par les coutumes particulières des autres contrées composant les Duchés de Lorraine et de Bar, les seules femmes à avoir légalement la pleine disposition de leurs biens, et donc à pouvoir contracter de leur propre chef et sous leur propre responsabilité, étaient les veuves et les « filles majeures » (les femmes célibataires)⁶⁴⁶. Les femmes mariées étaient quant à elles placées sous la dépendance de leur époux, et ne pouvaient, selon l'article XXI du titre I de la Coutume de Lorraine, « s'engager ou contracter verbalement sans l'autorisation de (leur) mari »⁶⁴⁷. Cette disposition était suivie dans l'ensemble des Duchés⁶⁴⁸. Si l'on suit Riston, le droit commun en vigueur dans le Royaume de France, et qui s'appliquait pleinement en Lorraine depuis 1766, permettait au marchand d'exiger l'annulation de la vente en cas d'absence d'autorisation du mari, « à moins que le mari et la femme n'offrent de lui donner des sûretés, et de suppléer au défaut de formalités par une autorisation postérieure faite du consentement de la femme »⁶⁴⁹. Pour le marchand, mentionner le statut matrimonial des femmes majeures était ainsi un moyen de s'informer des modes de recours possibles en cas de non-paiement. A ces précautions juridiques, nous devons une grande précision sur le statut familial des femmes apparaissant dans les documents comptables : dans une optique d'histoire de la consommation, cela peut nous donner des indices sur le niveau d'autonomie des femmes dans leurs choix de consommation.

Les relevés de dettes actives tirées de livres portent ainsi le plus souvent la mention : « il est dû par Jean Untel la somme de (...) liv. », parfois complétée de la date à laquelle l'opération a été effectuée. L'analyse des livres de compte de Germain Empereur, de Dominique Leléal et du marchand de Neufchâteau laisse clairement apparaître que la différence était faite entre la personne qui effectuait l'achat et celle pour le compte de laquelle

⁶⁴⁴ *Coutumes générales du duché de Lorraine, pour les bailliages de Nancy, Vosge et Allemagne. Nouvelle édition, revue et corrigée*, Bonthoux, Nancy, 1783, p. 202 et 203. RISTON, dans *L'Analyse des coutumes sous le ressort du Parlement de Lorraine* (Nancy, 1782) indique bien que les filles obtenaient la majorité à 25 ans sur le même pied que les garçons : « Généralement, en pays coutumier, les enfants de famille demeurent sous la puissance paternelle jusqu'à l'âge où les lois les réputent majeurs. La majorité (...) a été uniformément fixée à vingt-cinq ans par l'édit du 15 mars 1723 », p. 30).

⁶⁴⁵ « La coutume de Saint-Mihiel répute émancipé un enfant non marié âgé de vingt-cinq ans ayant feu et lieu séparé de son père (titre 1, article 19) ; par argument contraire, il doit paraître qu'il n'est pas émancipé, quoiqu'âgé de vingt-cinq ans, s'il réside et vit avec son père et s'il n'est marié » (RISTON, *Analyse des coutumes* (...), p. 30).

⁶⁴⁶ *Coutumes générales* (...), p. 5.

⁶⁴⁷ *Coutumes générales* (...), p. 6.

⁶⁴⁸ RISTON, *Analyse des coutumes* (...), p. 295.

⁶⁴⁹ RISTON, *Analyse des coutumes* (...), p. 296.

l'achat était effectué. Ainsi, lorsqu'un proche ou un domestique venait acheter quelque chose pour son ami ou son employeur dans le cas d'un domestique, l'achat était porté au compte de ce dernier. Les cas contraires sont rares. Le problème se pose cependant des dettes dues par des femmes. Dans le cas des veuves, il s'agit indubitablement d'un achat effectué par des chefs de ménages. Mais comment interpréter un achat effectué par une épouse ou par une « fille majeure », qui pouvait être encore domiciliée chez ses parents ? Est-ce un achat pour son compte propre, ou pour celui du ménage ? Il semblerait quand même que dans ces cas, les marchands détaillants fassent la différence : en effet, Empereur en particulier fait la différence entre les achats portés au compte du mari mais « délivrés » à sa femme et ceux directement portés au compte de la femme. Il semblerait ainsi qu'une différence soit faite entre les achats effectués par les femmes pour le ménage (portés alors au compte du mari) et ceux effectués pour elles-mêmes (porté à leur propre compte, quand bien même c'est le mari qui soit amené à payer en dernier lieu). Il est donc possible ici d'identifier une consommation féminine autonome de la consommation pour la simple utilité du ménage.

Comme pour l'étude des différentiels sociaux de recours à la boutique, nous nous sommes appuyés sur les comptes de Germain Empereur et sur les inventaires de faillite que nous avons pu glaner. Les inventaires employés sont les 28 que nous avons étudiés plus haut, auxquels nous joignons six inventaires de merciers-quincailliers et de merciers-épiciers⁶⁵⁰. Il s'agit ici de disposer d'inventaires pour lesquels les professions et les états sont soigneusement mentionnés, ce qui nous permet de préciser la participation des femmes à la consommation selon les niveaux sociaux. Nous allons étudier la place des femmes dans la clientèle des différents types de boutiques : les marchands-drapiers pour déterminer leur participation aux achats d'étoffes et d'accessoires ; les épiciers et merciers pour les achats d'autres types de biens de consommation ; les marchands de modes pour leur participation à l'économie du rafraîchissement des vêtements.

1.3.2. Les femmes et la consommation boutique

La question du rapport entre la consommation féminine et la mode doit logiquement nous amener à évaluer la part des femmes dans la clientèle des marchands de modes et d'accessoires de vêtement. La diffusion de la mode passait en effet autant, sinon plus, par la mise à disposition de nouvelles marchandises que par les retouches et ajouts d'accessoires sur des vêtements plus anciens⁶⁵¹.

L'autonomie de la consommation féminine et ses limites

Il ne fait pas de doute que certains espaces boutiquiers, comme les commerces d'étoffes ou d'accessoires de parure, ont permis à une consommation féminine de s'épanouir. Nous avons vu cependant dans la première partie de ce travail que le nombre de ces boutiques spécialisées était assez limité, et qu'elles sont assez peu nombreuses en-dehors des grandes agglomérations. Les femmes étaient également largement représentées dans la clientèle des autres boutiques, notamment celles de mercerie, même si leur degré d'autonomie dans la consommation y est plus restreint. Les hommes sont quoi qu'il en soit nettement majoritaires dans la clientèle des boutiques de marchands-merciers ou des marchands-drapiers.

⁶⁵⁰ Merciers-quincailliers : Jacquin (Monthureux, 1784) ; Maus (Lunéville, 1782) ; Pavot (Lunéville, ?) ; Salle-Bérard (Sarreguemines, 1775).

⁶⁵¹ BERG, "Women's Consumption and the Industrial Classes", p. 423.

Ventilation des dettes actives des marchands-drapiers selon les sexes (en %)	Clientèle		Créances		Niveau des créances (Indice 100 = valeur moyenne chez le marchand)		
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Ratio
Charotte (Mirecourt)	93,7	6,3	94,0	6,0	100,4	94,6	1,1
Henry (Lunéville)	92,5	7,5	97,2	2,8	105,0	38,0	2,8
Barrois (Lunéville)	89,3	10,7	97,4	2,6	109,1	23,9	4,6
Ruyer (Fraize)	89,3	10,7	95,6	4,4	107,1	40,8	2,6
Mathieu (Epinal)	87,3	12,7	92,5	7,5	106,0	59,0	1,8
Mercier (Epinal)	85,8	14,2	90,8	9,2	105,8	65,0	1,6
Noël (Neuviller)	83,7	16,3	87,2	12,8	104,3	78,2	1,3
Dingens (Colombey)	82,1	17,9	87,1	12,9	106,1	71,8	1,5
Bernardin (Flavigny)	81,3	18,7	83,1	16,9	102,3	90,1	1,1
Pierrat (Le Ménil)	79,0	21,0	84,6	15,4	107,1	73,2	1,5
Cadet (Parey-Saint Ouen)	78,7	21,3	86,9	13,1	110,5	61,4	1,8
Réal (Etain)	78,0	22,0	83,1	16,9	106,5	76,8	1,4
Claudiel (Ruppes)	77,8	22,2	84,1	15,9	108,2	71,5	1,5
Leroux (Dieuze)	76,7	23,3	84,2	15,8	109,8	67,9	1,6
Vaillat 1 (Etain)	76,7	23,3	95,7	4,3	124,8	18,6	6,7
Cartier (Portieux)	74,8	25,2	88,4	11,6	118,1	46,2	2,6
Bailly (Jeandelize)	74,8	25,2	68,3	31,7	91,3	125,9	0,7
Baigue (Darney)	74,1	25,9	88,9	11,1	120,1	42,6	2,8
Vve Dentecourt (Buzy)	72,9	27,1	70,0	30,0	95,9	110,9	0,9
Didion (Bassompierre/Bauménil)	70,9	29,1	70,3	29,7	99,3	101,8	1,0
Thiébaud (Hennezel)	69,7	30,3	77,1	22,9	110,7	75,4	1,5
Hingray (St Etienne lès Remiremont)	67,8	32,2	93,1	6,9	137,2	21,5	6,4
Gautier (Hanonville au Passage)	67,7	32,3	76,4	23,6	112,8	73,0	1,5
Garosse (Lunéville)	67,7	32,3	77,1	22,9	113,9	70,9	1,6
Chopin (Mandres-sur-Vair)	64,0	36,0	75,4	24,6	117,7	68,4	1,7
Rivet (Commercy)	59,1	40,9	82,1	17,9	138,9	43,8	3,2
Bahr (Raon-l'Etape)	56,3	43,8	43,7	56,3	77,8	128,6	0,6
Méget 2 (Neufchâteau)	52,5	47,5	44,3	55,7	84,3	117,4	0,7
Millot (Châtenois)	46,5	53,5	70,6	29,4	151,9	54,9	2,8
Brissart (Lunéville)	38,9	61,1	55,8	44,2	143,6	72,3	2,0
Hugo (Houécourt)	36,8	63,2	49,1	50,9	133,2	80,7	1,7
Patriarche (Saint-Mihiel)	10,8	89,2	42,3	57,7	391,9	64,7	6,1

Ventilation des dettes actives des merciers-quincailliers selon les sexes (en %)	Clientèle		Créances		Niveau des créances (Indice 100 = valeur moyenne chez le marchand)		
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Ratio
Jacquin (Monthureux-sur-Saône)	85,7	14,3	92,1	7,9	107,5	55,3	1,9
Maus (Lunéville)	85,0	15,0	83,1	16,9	97,8	112,4	0,9
Pavot (Lunéville)	81,4	18,6	81,9	18,1	100,6	97,2	1,0
Vaillat 2 (Etain)	77,3	22,7	87,7	12,3	113,4	54,4	2,1
Gény (Nancy)	68,5	31,5	74,0	26,0	108,1	82,5	1,3
Gaudez (Neufchâteau)	67,3	32,7	78,6	21,4	116,9	65,3	1,8
Salle-Bérard (Sarreguemines)	55,3	44,7	74,2	25,8	134,2	57,7	2,3
Méget (Neufchâteau)	43,6	56,4	51,4	48,6	117,9	86,2	1,4
Suaillat (Neufchâteau)	30,5	69,5	52,9	47,1	173,6	67,7	2,6

Comment interpréter ces résultats ? De prime abord, il semblerait que les hommes constituent au moins les deux tiers de la clientèle des boutiques – tant chez les marchands-drapiers que chez les merciers. En outre, les dettes des clients masculins sont dans l'ensemble plus élevées que les dettes des femmes : souvent 1,5 à 2 fois plus fortes. Il faudrait sans doute ici distinguer la consommation effective de la consommation apparente. Nous avons vu plus haut que les femmes avaient en principe besoin de l'aval de leur mari pour effectuer un achat. De ce fait, dans bien des cas, la dépense devait être portée au compte du mari, mais était réalisée au bénéfice de la femme. Une consommation féminine se dissimule ainsi derrière un achat effectué par ou au nom du mari. De fait, l'analyse du statut social des femmes endettées chez les marchands suggère une sous représentation des femmes mariées – tandis que les veuves et même les filles majeures sont assez fortement représentées.

Ventilation de la clientèle féminine des marchands drapiers selon le statut personnel (en %)	Veuves		Epouses		Filles		Sans spécification	
	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes
Garosse (Lunéville)	56,8	62,5	9,1	1,9	9,1	17,4	25,0	18,2
Bernardin (Flavigny)	53,8	46,6	11,5	17,8	15,4	14,7	19,2	20,8
Pierrat (Le Ménil)	52,4	26,8	9,5	39,9	14,3	15,7	23,8	17,6
Claudiel (Ruppes)	42,9	47,7	21,4	18,2	21,4	21,7	14,3	12,5
Didion (Bassompierre/Bauménil)	38,4	53,5	30,4	23,3	1,6	0,8	29,6	22,4
Réal (Etain)	36,4	63,9	0,0	0,0	27,3	7,1	36,4	29,0
Vve Dentecourt (Buzy)	33,3	22,4	5,6	4,9	36,1	34,8	25,0	37,9
Dingens (Colombey)	33,3	30,2	6,5	4,0	22,0	23,2	38,2	42,5
Baugue (Darney)	28,6	13,8	9,5	12,0	14,3	37,3	47,6	37,0
Cartier (Portieux)	27,0	31,6	0,0	0,0	13,5	12,5	59,5	55,9
Leroux (Dieuze)	23,5	33,7	0,0	0,0	23,5	12,5	52,9	53,7
Vaillat 1	21,2	27,5	25,8	28,2	24,2	21,3	28,8	23,1
Bailly (Jeandelize)	20,0	15,8	16,7	7,4	13,3	7,4	50,0	69,3
Thiébaud (Hennezel)	18,5	19,9	33,3	40,2	24,1	14,2	24,1	25,7
Chopin (Mandres-sur-Vair)	17,2	17,0	56,3	58,8	0,0	0,0	26,6	24,2
Méget 2 (Neufchâteau)	17,2	6,9	0,0	0,0	10,3	6,8	72,4	86,4
Brissart (Lunéville)	11,9	13,0	12,7	9,2	10,2	6,6	65,3	71,1
Hingray (St Etienne lès Remiremont)	10,8	8,5	45,9	49,0	16,2	16,2	27,0	26,2
Rivet (Commercy)	8,3	7,6	66,7	20,7	5,6	12,8	19,4	58,9
Patriarche (Saint-Mihiel)	5,5	2,1	45,1	44,8	20,9	21,5	28,6	31,5
Gautier (Hanonville au Passage)	0,0	0,0	10,0	7,7	5,0	2,3	85,0	90,0
Hugo (Houécourt)	0,0	0,0	37,5	28,6	10,4	11,7	52,1	59,8

Ventilation de la clientèle féminine des marchands merciers selon le statut personnel (en %)	Veuves		Epouses		Filles		Sans spécification	
	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes	Nombre	Dettes
Cadet (Parey-Saint Ouen)	30,9	39,5	0,0	0,0	29,1	9,9	40,0	50,5
Gény (Nancy)	26,0	55,9	0,0	0,0	15,6	4,4	58,3	39,7
Vaillat 2 (Etain)	25,5	24,8	3,9	5,9	23,5	34,4	47,1	34,9
Bahr (Raon-l'Etape)	21,4	44,8	21,4	11,2	21,4	16,9	35,7	27,2
Millot (Châtenois)	13,9	7,0	32,1	19,3	13,1	8,9	40,9	64,8
Gaudez (Neufchâteau)	5,6	6,2	50,0	63,6	22,2	9,5	22,2	20,7
Méget (Neufchâteau)	4,5	0,2	9,1	1,1	18,2	81,7	68,2	17,0
Suailat (Neufchâteau)	0,0	0,0	50,9	46,5	10,5	16,6	38,6	36,9

Dans l'ensemble, les veuves et les filles majeures représentent entre 35 et 40 % des femmes clientes des marchands, drapiers comme généralistes. Cette proportion élevée de femmes indépendantes dans la clientèle laisse supposer que les femmes mariées – dont une part importante se retrouve sans doute dans la catégorie « sans spécification » - faisaient relativement peu d'achats en leur nom chez les marchands. La dette est contractée au nom de la femme, et non en celui du mari, quand bien même c'est lui qui est en dernière instance le responsable légal de l'acquittement de la créance⁶⁵². Nombre d'entre elles voyaient donc leurs achats passés au nom de leur mari, qui de la sorte exerçait une forme de tutelle sur la consommation de son épouse.

La boutique de mode et d'accessoires, haut lieu de la consommation féminine

L'échantillon étudié laisse entrevoir l'existence de boutiques à la clientèle majoritairement féminine – ou tout du moins, chez qui les femmes sont surreprésentées⁶⁵³. Elles sont cependant en nombre limité, sept ou huit sur une quarantaine. Les femmes, surtout celles issues des catégories sociales supérieures, sont en revanche très nombreuses dans les boutiques de marchands de modes. Ces boutiques sont d'ailleurs très souvent tenues par des femmes : c'est le seul secteur d'activités représenté dans notre échantillon où les femmes étaient majoritaires⁶⁵⁴. Cela rejoint les observations faites par d'autres⁶⁵⁵. Par ailleurs, on retrouve également beaucoup de femmes dans des boutiques urbaines proposant une offre importante en accessoires de parure, rubans, mouchoirs ou étoffes légères employées pour rafraîchir les vêtements, comme des gazes, des blondes ou des dentelles.

⁶⁵² La Coutume de Lorraine laisse entendre que les femmes peuvent contracter des dettes et posséder des biens, quand bien même il revient au mari, en théorie, d'acquiescer aux dépenses de son épouse. Ainsi, dans un cadre juridique différent de celui de l'Angleterre, des possibilités juridiques existent également sur le Continent, qui autorisent les femmes à consommer de manière autonome (FINN, «Women, Consumption and Coverture in England », p. 709).

⁶⁵³ Sur l'ensemble de l'échantillon étudié (une quarantaine d'inventaires de marchands), les femmes représentent près de 30 % des débiteurs (. On peut donc considérer qu'il y a surreprésentation des femmes dans la clientèle dès que les pourcentages sont supérieurs, tant en nombre de clients qu'en volume des dettes, à 35 %.

⁶⁵⁴ Notons ici que les seules femmes à solliciter un atermolement en leur nom propre devant la Juridiction Consulaire étaient les veuves. Les épouses intervenaient par l'entremise de leur mari, qui déposait la demande d'atermolement en son nom et au nom de son épouse, quand bien même sa part dans les activités de la boutique était minime. Cela illustre la tension entre l'infériorité juridique des femmes, qui se manifeste comme nous l'avons vu plus haut dans la Coutume de Lorraine, et la pratique économique concrète. En pratique, les boutiques menées par des femmes contractaient et accordaient des crédits – ce qui était théoriquement soumis à l'autorisation du mari par la Coutume -, mais c'était en définitive au mari de répondre des dettes au moment de la confection de l'atermolement.

⁶⁵⁵ Lucile PETIT, *Stratégies d'innovation et développement commercial de la boutique : les marchands merciers parisiens à la fin de l'Ancien Régime*, Mémoire de Master 2, Paris I, 2008 ; Amélie LAROCHE, *Le marché du luxe à l'épreuve de la Révolution française* ; Natacha COQUERY (dir.) *La boutique et la ville. Commerces, commerçants, espaces et clientèles XVIe-XXe siècles*, Tours, publication de l'Université François Rabelais, Tours, 2000.

Ventilation des dettes actives des marchands de modes selon les sexes (en %)	Clientèle		Créances		Niveau des créances (Indice 100 = valeur moyenne chez le marchand)		
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Ratio
Athenas (Epinal)	46,8	53,2	61,7	38,3	131,9	72,0	1,8
Bénard (Nancy)	22,2	77,8	28,1	71,9	126,4	92,5	1,4
Briole (Nancy)	15,7	84,3	11,1	88,9	70,6	105,5	0,7
Desloges (Nancy)	52,8	47,2	83,1	16,9	157,5	35,7	4,4
Lacour (Nancy)	16,9	83,1	31,0	69,0	183,5	83,0	2,2
Lamirault (Nancy)	53,6	46,4	80,6	19,4	150,5	41,7	3,6
Liégeois (Nancy)	31,4	68,6	41,1	58,9	130,7	85,9	1,5

Ces dernières marchandises, rubans et étoffes légères, forment l'essentiel des stocks des marchands de modes. On peut donc supposer que la clientèle des marchands est d'autant plus féminine que l'offre est large en matière d'accessoires de parure ou d'étoffes destinées au rafraîchissement de vêtements plus anciens. Les femmes des catégories sociales aisées se faisaient ainsi faire relativement peu de nouveaux vêtements, et tendaient à les faire rafraîchir fréquemment dans des boutiques spécialisées : la participation aux dynamiques de la mode se faisait donc dans une large mesure par les réajustements d'anciennes robes ou d'anciens atours, et non par la taille de nouvelles pièces. Osons donc une hypothèse : les femmes étaient relativement peu libres du choix initial des étoffes et accessoires pour la confection de leurs vêtements, ce qui expliquerait le faible poids apparent des femmes dans les clientèles des marchands-drapiers, mais faisaient valoir leur autonomie dans le rafraîchissement des pièces de vêtement. Encore largement soumises au choix de leur époux ou de leur père pour la confection initiale des vêtements, elles étaient par contre libres de les réajuster à la mode et à leur goût par la suite. La mise de fonds initiale importante se faisait sous la supervision du mari, mais l'autonomie de choix des femmes pouvait s'exprimer dans le rafraîchissement, nettement moins onéreux⁶⁵⁶. L'autonomie de consommation des femmes s'exprimait donc dans des limites financières relativement strictes. Par ailleurs, le fait que les boutiques de marchandes de modes ou de marchands largement ouverts à une clientèle féminine soient surtout présents dans les villes laisse supposer que ces dynamiques de consommation féminine spécifiques se limitaient aux espaces urbains.

2. La participation des campagnes aux marchés de consommation

Si nos précédentes remarques laissent deviner une offre et une demande largement intégrées à l'échelle de la province, elles ne nous permettent pas de trancher de manière décisive la question de la diffusion effective des marchandises. Dans quelle mesure en effet les campagnes participaient-elles aux dynamiques de la consommation ? Le niveau des achats effectués dans les campagnes était-il comparable à celui des villes, ou bien d'un niveau

⁶⁵⁶ De fait, les créances moyennes sont nettement plus faibles dans les boutiques de modes que dans les boutiques de marchands-drapiers ou de marchands généralistes.

inférieur ? Les campagnes étaient-elles le lieu d'une demande spécifique ? Nous tentons de répondre à cette dernière question dans la dernière partie de ce chapitre. Dans l'immédiat, essayons d'évaluer le niveau de la demande rurale.

En l'absence de données d'ensemble sur la consommation rurale, il nous est impossible d'en évaluer le montant global. Il est cependant possible de comparer le niveau des achats effectués par les consommateurs des villes et par ceux des campagnes. Les marchands des villes et des bourgs avaient en effet pour la plupart d'entre eux une clientèle composite, dont une partie plus ou moins importante vivait à la campagne. Dans les lignes qui suivent, nous allons donc tâcher de comparer, à statut social équivalent, le niveau de consommation des ruraux et des urbains. Cela va nous amener dans un premier temps à mettre en évidence les aires de chalandise des boutiques.

2.1. Où et à qui les détaillants vendaient-ils leurs marchandises ?

Le problème ici posé est celui du rayonnement commercial des villes et des bourgs, et du rôle de ces localités dans la diffusion des marchandises⁶⁵⁷. Le modèle qui vient immédiatement à l'esprit est celui décrit par Brian Berry, à la suite des travaux de Christaller et de Lösch : l'espace marchand serait organisé en fonction de la rareté des biens proposés par les points de vente, les biens élémentaires étant présents dans une myriade de boutiques de proximité, quand les biens les plus rares seraient présents dans les centres de population de niveau supérieur (pyramide commerciale qui se superpose à la pyramide des localités). Les biens de niveau supérieur auraient ainsi une portée (c'est-à-dire la distance maximale que le consommateur accepte de parcourir pour se le procurer) supérieure aux biens de niveau inférieur. On pourrait ainsi supposer que les boutiques proposant les biens les plus rares ont les aires de chalandise les plus étendues, quand les boutiques proposant une offre commune se contenteraient d'une desserte locale.

Les choses sont en réalité plus complexes. Dans les pages précédentes, nous avons vu que les boutiques d'étoffes disposaient d'une offre très étendue et très variée. Ainsi, on ne peut opposer boutiques de produits communs et boutiques de produits exclusifs : chaque marchand d'envergure moyenne se composait un assortiment de toutes ces marchandises. Les marchands les plus spécialisés dans les étoffes et les accessoires de vêtements n'étaient ainsi pas forcément ceux qui disposaient des stocks les plus diversifiés. Par ailleurs, les sources que nous employons ne nous permettent pas d'analyser finement la diffusion de chaque produit selon son degré de rareté : les inventaires de faillite se contentent en effet de relever les débiteurs, avec dans bien des cas leur profession et leur localité de résidence. On ne peut donc, à partir de ces documents, relier un produit spécifique à un type de consommateur ou à une portée moyenne⁶⁵⁸.

Notre objectif est donc plus limité. Nous allons tâcher de prendre une mesure simple de l'influence des boutiques des villes et des bourgs sur les campagnes, en fonction de leur taille et de leur spécialisation. Dit autrement, nous allons déterminer dans quelle mesure les boutiques des villes et des bourgs diffusaient des marchandises dans les campagnes. Nous allons chercher à établir ici le niveau d'ouverture des boutiques urbaines et des bourgs en direction des habitants des campagnes. Cela nous permet de mesurer grossièrement la participation de celles-ci à la consommation, et de montrer le niveau de diffusion des produits de consommation connus en ville dans les campagnes. Quelles étaient par ailleurs les

⁶⁵⁷ Sur cette question, voir en particulier : Pierre BRUYELLE, *L'influence urbaine en milieu rural dans la région du Nord : commerce et services*, Paris, CERES, 1970 ; Raymond DUGRAND, *Villes et campagnes du Bas-Languedoc. Le réseau urbain du Bas-Languedoc méditerranéen*, Paris, Presses Universitaires de France, 1963.

⁶⁵⁸ Nous tenterons cependant de le faire en fin de chapitre à partir de l'exemple des ventes de Germain Empereur.

boutiques qui contribuaient le plus à la diffusion des marchandises dans le plat pays ? Cela dépendait-il du niveau de spécialisation, de l'envergure des affaires ou d'autres facteurs ?

Nous nous appuyons ici sur les données tirées d'inventaires de faillite, pour lesquelles nous disposons de relevés de clients suffisamment précis, indiquant en particulier leur lieu de résidence. Dans la mesure du possible, nous avons rassemblé dans l'échantillon des inventaires dans lesquels les professions et statuts des personnes étaient mentionnés, de manière à pouvoir comparer les niveaux d'endettement de la clientèle entre ville et campagne à profession et statut social équivalents⁶⁵⁹. S'il semble entendu que les habitants des campagnes se fournissaient largement dans les boutiques des villes, il convient cependant de comparer les niveaux de consommation : à niveau social égal, les ruraux étaient-ils des consommateurs moins importants que les urbains ?

2.2. L'extension des marchés de consommation ruraux : quelques aperçus

2.2.1. L'aire de chalandise des boutiques est indépendante de la taille des marchands et de leur spécialisation

L'aire de chalandise des marchands généralistes et des marchands détaillants est à peu près la même quel que soit leur niveau d'affaires.

⁶⁵⁹ Marchands-drapiers : Bailly (Jeandelize) ; Barrois (Lunéville) ; Bernardin (Flavigny) ; Brissart (Lunéville) ; Cartier (Portieux) ; Charlotte (traiter) (Mirecourt) ; Chopin (Mandres-sur-Vair) ; Claudel (Ruppes) ; Vve Dentecourt (Buzy) ; Dingens (Colombey) ; Gautier (Hanonville au Passage) ; Henry (Lunéville) ; Hingray (St Etienne lès Remiremont) ; Hingray 2 (St Etienne lès Remiremont) ; Leroux (Dieuze) ; Méget 2 (Neufchâteau) ; Noël (Neuviller).

Marchands généralistes : Bahr (Raon-l'Etape) ; Bague (Darney) ; Cadet (Parey-Saint Ouen) ; Didion (reprendre) (Bassompierre/Bauménil) ; Garosse (Lunéville) ; Gaudez (Neufchâteau) ; Gény (Nancy) ; Hugo (Houécourt) ; Mathieu (Epinal) ; Méget (Neufchâteau) ; Mercier (Epinal) ; Millot (Châtenois) ; Patriarche (Saint-Mihiel) ; Pierrat (Le Ménil) ; Réal (Etain) ; Rivet (Commercy) ; Ruyer (Fraize) ; Suaillat (reprendre) (Neufchâteau) ; Thiébaud (Hennezel) ; Vaillat 1 et 2 (Etain).

Epiciers et merciers-quincailliers : Alici (épicier) reprendre ; Caussin (mercier) ; Kaps (épicier) ; Maus (mercier) ; Pavot (mercier) ; Saillet (mercier) ; Salle-Bérard (mercier) reprendre ; Thirion (mercier).

Répartition géographique de la clientèle des marchands-drapiers	Niveau d'affaires (dettes passives en liv. I.)	Nombre de clients	Population (1793)	Dans la localité	< 8 km	8 à 15 km	15 à 30 km	> 30 km
Bahr (Raon-l'Etape)	4636,5	31	2156	74,2	3,2	22,6	0,0	0,0
Bailly (Jeandelize)	2523,75	99	273	13,1	22,2	9,1	28,3	27,3
Barrois (Lunéville)	32636	217	11691	79,7	0,0	7,8	9,2	3,2
Baugue (Darney)	9086,9	72	1092	51,6	25,8	9,7	4,3	8,6
Bernardin (Flavigny)	10470,65	83	1052	1,4	57,0	12,0	16,9	12,7
Brissart (Lunéville)	45251,25	201	11691	79,4	1,5	2,5	1,0	15,7
Cadet (Parey-Saint Ouen)	17928,75	202	708	19,3	40,1	14,4	19,3	6,9
Cartier (Portieux)	10487,35	144	874	47,2	38,9	0,0	11,8	2,1
Charlotte (Mirecourt)	5642,15	83	4946	54,2	9,6	10,8	13,3	12,0
Chopin (Mandres-sur-Vair)	4137,85	137	453	22,6	19,7	34,3	13,9	9,5
Claudiel (Ruppes)	4902,05	50	381	6,0	44,0	28,0	8,0	14,0
Didion (Bassompierre/Bauménil)	16460	397	146	12,3	8,6	49,9	24,4	4,8
Dingens (Colombey)	25314,15	585	790	4,8	35,0	46,2	12,3	1,7
Garosse (Lunéville)	99239,7	195	11691	72,8	3,1	7,7	3,1	13,3
Gautier (Hanonville au Passage)	10519,05	63	295	1,6	3,2	44,4	6,3	44,4
Henry (Lunéville)	29341,08	197	11691	92,4	0,5	0,5	0,5	6,1
Hingray 2 (St Etienne lès Remiremont)	1214,92	34	1127	35,3	26,5	23,5	11,8	2,9
Hingray (St Etienne lès Remiremont)	1227,1	91	1127	13,2	7,7	28,6	37,4	13,2
Hugo (Houécourt)	7627	73	560	50,7	30,1	6,8	5,5	6,8
Leroux (Dieuze)	7240	73	3097	40,3	29,9	7,8	18,2	3,9
Mathieu (Epinal)	11342,35	73	6688	43,8	5,5	17,8	20,5	12,3
Méget 2 (Neufchâteau)	9936	60	2831	45,0	38,3	15,0	0,0	1,7
Mercier (Epinal)	26749	119	6688	18,5	8,4	47,9	19,3	5,9
Millot (Châtenois)	18442,4	50	1122	6,0	17,0	24,8	38,1	14,2
Noël (Neuviller)	9279,8	50	424	10,8	43,2	18,9	16,2	10,8
Patriarche (Saint-Mihiel)	9863	103	4510	39,8	17,5	26,2	10,7	5,8
Pierrat (Le Ménil)	13567,85	89	338	24,7	33,7	7,9	32,6	1,1
Réal (Etain)	4691	56	2253	1,8	0,0	10,7	73,2	14,3
Rivet (Commercy)	18545,55	79	3685	35,4	16,5	8,9	20,3	19,0
Ruyer (Fraize)	2219,2	62	1662	12,4	57,3	25,8	2,2	2,2
Thiébaud (Hennezel)	9026,25	125	1173	22,4	50,4	22,4	1,6	3,2
Vaillat 1	11907	277	2253	44,4	15,9	19,5	14,4	5,8
Vve Dentecourt (Buzy)	1008,85	132	559	27,8	46,8	3,2	19,8	2,4

Répartition géographique des dettes actives des marchands-drapiers	Niveau d'affaires (dettes passives en liv. I.)	Dettes actives en liv. I.	Population (1793)	Dans la localité	< 8 km	8 à 15 km	15 à 30 km	> 30 km
Bahr (Raon-l'Etape)	4636,50	325,60	2156	77,9	6,4	15,7	0,0	0,0
Bailly (Jeandelize)	2523,75	305,20	273	7,7	14,4	9,8	29,1	38,9
Barrois (Lunéville)	32636,00	23291,64	11691	93,8	0,0	1,9	1,7	2,6
Baugue (Darney)	9086,90	618,60	1092	39,0	12,3	21,1	9,2	18,4
Bernardin (Flavigny)	10470,65	919,41	1052	2,7	57,9	15,5	12,4	11,6
Brissart (Lunéville)	45251,25	7593,66	11691	62,3	0,0	2,4	0,7	33,6
Cadet (Parey-Saint Ouen)	17928,75	7771,81	708	27,8	27,0	7,2	21,1	17,0
Cartier (Portieux)	10487,35	5858,51	874	66,3	24,0	0,0	5,4	4,2
Charlotte (Mirecourt)	5642,15	1281,80	4946	52,2	3,6	2,6	6,7	33,0
Chopin (Mandres-sur-Vair)	4137,85	1059,42	453	22,5	19,3	34,0	16,0	8,2
Claudiel (Rupes)	4902,05	385,80	381	4,4	37,3	29,7	14,2	14,4
Didion (Bassompierre/Bauménil)	16460,00	9907,94	146	18,9	6,6	39,8	29,6	5,1
Dingens (Colombey)	25314,15	2598,57	790	3,7	39,7	40,2	14,3	2,1
Garosse (Lunéville)	99239,70	7638,97	11691	56,0	7,2	7,5	1,5	27,8
Gautier (Hanonville au Passage)	10519,05	569,07	295	1,5	1,8	42,1	5,5	49,1
Henry (Lunéville)	29341,08	12433,44	11691	91,5	0,1	0,3	0,1	8,0
Hingray 2 (St Etienne lès Remiremont)	1214,92	2298,33	1127	16,5	46,0	26,6	9,9	1,1
Hingray (St Etienne lès Remiremont)	1227,00	1423,98	1127	16,2	2,0	61,2	16,2	4,4
Hugo (Houécourt)	7627,00	1685,21	560	25,4	19,7	9,3	30,1	15,5
Leroux (Dieuze)	7240,00	1022,89	3097	48,8	29,6	4,8	13,2	3,6
Mathieu (Epinal)	11342,35	1011,78	6688	49,8	1,2	2,8	18,7	27,5
Méget 2 (Neufchâteau)	9936,00	828,51	2831	67,5	22,0	5,4	0,0	5,1
Mercier (Epinal)	26749,00	4034,04	6688	36,9	7,7	27,0	19,2	9,2
Millot (Châtenois)	18442,40	908,52	1122	6,3	20,9	13,3	28,7	30,8
Noël (Neuviller)	9279,80	267,70	424	10,4	48,7	21,3	8,2	11,5
Patriarche (Saint-Mihiel)	9863,00	2271,11	4510	21,5	5,1	14,1	6,2	53,2
Pierrat (Le Ménil)	13567,85	1379,75	338	63,9	15,4	5,9	14,3	0,4
Réal (Etain)	4691,00	476,93	2253	1,5	0,0	4,2	82,8	12,4
Rivet (Commercy)	18545,55	3682,68	3685	19,7	19,6	8,3	11,4	41,0
Ruyer (Fraize)	2219,20	725,90	1662	7,1	59,6	25,8	4,0	3,6
Thiébaud (Hennezel)	9026,25	3352,73	1173	20,0	49,7	28,2	0,4	1,7
Vaillat 1	11907,00	4440,37	2253	33,6	10,2	13,0	21,0	22,3
Vve Dentecourt (Buzy)	1008,85	842,58	559	26,8	52,0	4,5	15,0	1,7

Répartition géographique de la clientèle des marchands merciers	Niveau d'affaires (dettes passives en liv. l.)	Nombre de clients	Population de la localité de résidence (1793)	Dans la localité	< 8 km	8 à 15 km	15 à 30 km	> 30 km
Gaudez (Neufchâteau)	17180	59	2831	86,4	3,4	0,0	5,1	5,1
Gény (Nancy)	92705	377	29141	71,6	4,2	10,9	10,1	3,2
Jacquin (Monthureux-sur-Saône)	8375,58	40	1340	20,0	20,0	42,5	17,5	0,0
Maus (Lunéville)	14104,08	50	11691	50,0	2,0	8,0	6,0	34,0
Méget (Neufchâteau)	18040	57	2831	78,9	8,8	7,0	0,0	5,3
Pavot (Lunéville)	2594,2	45	11691	97,8	2,2	0,0	0,0	0,0
Salle-Bérard (Sarreguemines)	8584,58	35	2402	57,1	2,9	0,0	22,9	17,1
Suaillat (Neufchâteau)	6582,35	56	2831	14,3	0,0	8,9	0,0	76,8
Vaillat 2 (Etain)	15639	203	2253	34,0	23,6	22,2	9,4	10,8

Répartition géographique des dettes actives des marchands généralistes	Niveau d'affaires (dettes passives en liv. l.)	Dettes actives en liv. l.	Population	Dans la localité	< 8 km	8 à 15 km	15 à 30 km	> 30 km
Gaudez (Neufchâteau)	17180,00	1054,73	2831	94,0	2,5	0,0	0,9	2,6
Gény (Nancy)	92705,00	24212,80	29141	71,1	1,8	6,7	4,0	16,4
Jacquin (Monthureux-sur-Saône)	8375,58	1374,19	1340	11,5	5,1	46,2	37,2	0,0
Maus (Lunéville)	14104,08	3088,04	11691	34,2	3,1	1,6	1,6	59,6
Méget (Neufchâteau)	18040,00	2628,44	2831	95,1	1,3	1,4	0,0	2,2
Pavot (Lunéville)	2594,20	424,48	11691	93,7	6,3	0,0	0,0	0,0
Salle-Bérard (Sarreguemines)	8584,58	2352,75	2402	57,1	2,9	0,0	22,9	17,1
Suaillat (Neufchâteau)	6582,35	582,93	2831	16,0	0,0	9,9	0,0	74,1
Vaillat 2 (Etain)	15639,00	3875,80	2253	34,8	10,7	12,6	29,6	12,3

Dans l'ensemble, le recrutement de la clientèle se fait sur une surface équivalente chez tous les marchands : chez la plupart d'entre eux, 70 % des clients et des créances sont localisés dans un rayon de 15 km autour de leur lieu d'installation. Il n'y a pas de lien évident entre le niveau d'affaires et l'aire de chalandise : on peut donc penser que le recrutement de la clientèle est lié non pas tant à l'envergure du marchand, mais au rayonnement de la localité, à son niveau de « centralité ». Celui-ci correspond à l'ensemble des équipements contribuant à leur rayonnement : appareil commercial (foires, marchés et boutiques), ressort des institutions (tribunaux et autres organes politiques), lieux de culte. Ainsi, le rayonnement commercial d'une localité sera-t-il déterminé tant par la densité de son appareil commercial que par la qualité des autres services qu'elle dispense. Le rayonnement, notons-le bien, n'est pas

uniquement le résultat du simple jeu de la dotation locale en services diversifiés : si les marchands parviennent à écouler des marchandises dans les localités environnantes, c'est bien souvent grâce aux tournées de prospection qu'ils y entreprennent. L'espace commercial des localités est donc dans une large mesure le produit de l'activité et des initiatives des commerçants locaux.

Comment expliquer toutefois que les aires de chalandise soient aussi étendues ? En effet, souvent près de 10 % des clientèles et des créances sont localisées à plus de 30 km du lieu d'installation des marchands ? Il faut tout d'abord noter que les inventaires relèvent l'ensemble des dettes actives des marchands, y compris les dettes « douteuses » ou « véreuses ». Il se peut que bien des dettes dues par des clients éloignés géographiquement soient considérées comme perdues. Comme les dettes douteuses sont vraisemblablement surreprésentées dans les actifs des marchands faillis, il est très probable que la part des débiteurs lointains soit surestimée. Il ne faut pas perdre de vue d'éventuels effets de source. Cependant, il n'empêche que ces ventes à des clients lointains ont bel et bien été faites, et que donc les espaces commerciaux des marchands étaient étendus.

Trois explications peuvent être avancées. Il se peut tout d'abord que bien des clients aient été amenés à déménager : c'est le cas des militaires, nombreux dans le nord-est de la France, sujets à des mutations fréquentes, au gré des manœuvres et des affectations. Cela tient ensuite au mode de recrutement de la clientèle. Outre le recrutement local de la clientèle dans l'aire de rayonnement immédiat de la localité de résidence du marchand, il se peut en effet que les commerçants aient également bénéficié de leurs relations personnelles. Nous verrons dans le chapitre suivant que bien des personnes vivant à plus de 60 km de Pont-à-Mousson se fournissaient chez Germain Empereur : il pouvait s'agir de connaissances du marchand ou de personnes qui s'étaient fait conseiller Empereur par leurs proches, et qui se recommandaient d'eux auprès de lui. Dans l'établissement des relations marchandes, une dimension personnelle existait, qui se jouait donc des distances. Enfin, bien des marchands combinaient les ventes en boutique avec une présence active sur les foires des environs, qui permettaient d'étendre largement les aires de chalandise.

Les cas documentés dont nous disposons suggèrent toutefois que les ventes se faisaient sur les foires des environs, et que les commerçants ne s'écartaient pas beaucoup de leur lieu de résidence et d'activité coutumière⁶⁶⁰. Les marchands-merciers se greffaient très vraisemblablement sur les circuits agricoles pour y faire leurs ventes, ces foires étant des lieux de réalisation des bénéfices pour les détaillants ruraux⁶⁶¹. Cela justifiait la présence des commis des grossistes, qui pouvaient y récupérer les sommes dues par les clients à leurs fournisseurs, grâce à ce que les détaillants récupéraient de leurs clients (les foires, quelle que soit leur taille, sont des termes de paiement, du fait de leur imbrication dans les cycles de l'économie rurale). On relève ainsi la concordance entre les dates des visites des commis pour récupérer des paiements et les dates des foires, dans le cas de Pierre Claux de Vrécourt⁶⁶² : sur

⁶⁶⁰ Dominique MARGAIRAZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Editions de l'EHESS, Paris, 1988, pp. 108-114 ; Id., « La formation du réseau des foires et marchés », *Annales ESC*, n°6, 1986, pp. 1215-1242.

⁶⁶¹ Il semblerait en tout cas qu'il ne s'agisse pas que de marchands ambulants qui se rendent sur ces foires, mais que l'on trouve également un certain nombre de détaillants des localités environnantes qui s'y rendent également. Reprendre les papiers de JEANDEL de Raon-l'Étape, et des clients qu'il rencontre aux foires de Senones et Rambervillers qu'il fréquente. « Les marchands, eux, sont des détaillants, semi-sédentaires pour la plupart. Ils opèrent sur un rayon de 20 à 30 km, rarement plus. Alors que les bestiaux parcourent plusieurs dizaines de km dans la région de Gap, les détaillants parcourent au plus 5 lieues pour venir céder leurs fonds de boutique, à des prix de solde. Les authentiques forains sont peu nombreux, et difficiles à repérer car leurs trajets ne sont jamais décrits que sur une courte période : on les suit alors de foire en foire, éloignées de 10 à 20 km, qu'ils parcourent avec leurs marchandises à dos de mulet, plus rarement en voiture. », p. 154.

⁶⁶² Pierre CLAUD, *Factures et reçus*, 49 B 507.

les 4 à 5000 liv. l. environ que Pierre Claux paie chaque année à ses fournisseurs, ce sont près de 80 % qui sont payées à des commis des maisons de commerce nanciennes qui se rendent dans ses quartiers pour récupérer les sommes dues. Sur ces sommes une partie non négligeable est versée aux foires de Vrécourt, en particulier celles de la Saint-Vincent (autour du 22 janvier) et de la Madeleine (autour du 22 juillet). Dans l'ensemble, les marchands semblent mener des opérations similaires à leurs ventes habituelles. Cela contribue à l'extension de leurs affaires, ainsi qu'à l'intensification de la circulation des marchandises dans la province. Cette présence aux foires contribue à uniformiser l'offre – si besoin était – entre les bourgs et les petites villes de la province. La présence des marchands détaillants généralistes sur les foires rurales contribue donc à sa manière à l'intégration des espaces commerciaux de la province.

2.2.2. La clientèle rurale dans les affaires des marchands détaillants

L'analyse statistique de la répartition géographique de la clientèle ne laisse pas apparaître de corrélation très claire entre le niveau des affaires et la taille de l'aire de chalandise. Il n'y a donc pas vraiment de lien entre l'envergure des affaires du marchand et l'aire de recrutement de sa clientèle – dans le cas des marchands-drapiers, ce serait même plutôt l'inverse !

Corrélation entre l'envergure des affaires du marchand et la localisation des clients ?	Marchand-drapier		Marchand-mercier	
	Par rapport au nombre de clients	Par rapport au montant des créances	Par rapport au nombre de clients	Par rapport au montant des créances
Clients de la localité	0,441	0,402	0,183	0,197
Clients vivant à moins de 8 km	-0,382	-0,349	-0,024	-0,224
Clients vivant entre 8 et 15 km	-0,096	-0,262	0,013	-0,095
Clients vivant entre 15 et 30 km	-0,239	-0,234	0,094	-0,153
Clients vivant à plus de 30 km	-0,039	0,209	-0,247	-0,082

L'analyse de la ventilation géographique des clientèles laisse par contre apparaître une corrélation entre la taille de la localité de résidence des marchands et la part des clients vivant dans la localité en question.

Corrélation entre la taille de la localité de résidence du marchand et la localisation des clients ?	Marchand-drapier		Marchand-mercier	
	Par rapport au nombre de clients	Par rapport au montant des créances	Par rapport au nombre de clients	Par rapport au montant des créances
Clients de la localité	0,737	0,634	0,419	0,286
Clients vivant à moins de 8 km	-0,560	-0,482	-0,415	-0,160
Clients vivant entre 8 et 15 km	-0,327	-0,466	-0,274	-0,326
Clients vivant entre 15 et 30 km	-0,247	-0,287	-0,178	-0,468
Clients vivant à plus de 30 km	-0,084	0,190	-0,146	0,098

Dit autrement, plus un marchand vit dans une grosse ville, plus sa clientèle se recrute sur place ; plus la localité est petite, plus la clientèle réside à l'extérieur. Ce résultat est à vrai dire assez attendu. Il vient renforcer ce que nous avons vu au chapitre précédent : en effet, les marchands des bourgs détenaient près de 75 % de leurs créances sur des clients vivant dans les villages des environs. Cela signifie que les villageois s'approvisionnaient massivement dans les boutiques des bourgs – achetant potentiellement les mêmes produits que les habitants de la localité. Les produits connus dans les bourgs l'étaient donc dans les campagnes, ne serait-ce que par les achats des villageois ou les visites en boutique. Il n'est donc pas surprenant que les stocks des boutiques des villages soient assez semblables à ceux des bourgs : pour ne pas disparaître au profit des boutiques des bourgs, les marchands des villages devaient s'aligner sur les précédents et procurer à leurs clients une offre au moins similaire. Les marchands les plus spécialisés des villes et des bourgs disposaient d'une aire de chalandise assez étendue, qui s'étendait donc jusqu'à des localités de taille équivalente : les marchands à l'offre diversifiée et spécialisée pouvaient de cette manière concurrencer les marchands des bourgs ou des petites villes à l'offre moins diversifiée.

2.3. Les espaces ruraux : quels niveaux de consommation ?

2.3.1. Marchés potentiels et marchés effectifs : une moindre participation des campagnes à la consommation marchande ?

En l'absence de statistiques globales des niveaux de consommation, on ne peut déterminer le niveau moyen de consommation des habitants des campagnes. Il est possible

cependant d'en prendre une mesure rudimentaire, en nous appuyant sur les inventaires de faillite de quelques marchands des bourgs et de petites villes. On a vu que la plus grande partie de la clientèle de ces derniers se recrutait dans leur localité de résidence et dans les villages environnants. Ces villages étaient selon toute vraisemblance ceux dans lesquels les interactions avec les bourgs étaient les plus grands, notamment pour y faire des achats. En additionnant la population des bourgs en question avec celle des villages les plus proches, on peut calculer le niveau de la population de l'aire de marché potentielle des boutiques de la localité. On peut alors le confronter à la ventilation de la clientèle et des créances actives des marchands : si les villageois participaient activement à la consommation de commodités, leur part dans la clientèle et les créances actives devrait être à peu près équivalente à leur part dans l'aire de marché. Si à l'inverse les villageois y participaient peu, leur part dans la clientèle et les créances devrait être nettement plus faible.

L'étude a été menée sur cinq marchands de cinq bourgs différents⁶⁶³. La population des localités est celle de 1793.

Ventilation géographique des dettes dans les bourgs et leurs environs immédiats		BAUGUE (Darney)	BERNARDIN (Flavigny)	DINGENS (Colombey)	MILLOT (Châtenois)	RUYER (Fraize)
Population (1793)	Bourg	1092	1052	790	1122	1662
	Villages voisins	4493	2911	4472	3072	4585
Part de la population (en %)	Bourg	19,6	26,5	15,0	26,8	26,6
	Villages voisins	80,4	73,5	85,0	73,2	73,4
Répartition des dettes actives (en %)	Bourg	76,1	4,4	8,5	23,3	33,3
	Villages voisins	23,9	95,6	91,5	76,7	66,7

Ces quelques résultats, tout parcellaires qu'ils soient, suggèrent une participation des villageois souvent supérieure à celle des habitants des bourgs⁶⁶⁴. Il convient cependant de noter que les villages en question ici sont proches des bourgs, et sont donc sans doute largement intégrés à leurs activités économiques. Il se peut par ailleurs que, bénéficiant de la proximité d'un petit centre économique local, ces villages en tirent une certaine prospérité. Ainsi donc, ces villages sont peut être plus riches que d'autres, et davantage susceptibles de s'approvisionner dans les boutiques. Des villages plus éloignés et plus isolés ont donc probablement des niveaux de consommation plus bas.

2.3.2. Des niveaux de consommation inférieurs à ceux des villes et des bourgs ?

⁶⁶³ Baugue (Darney) ; Bernardin (Flavigny) ; Dingens (Colombey) ; Millot (Châtenois) ; Ruyer (Fraize).

⁶⁶⁴ Le cas de Darney est original, car le bourg comptait alors de nombreux écarts dans les collines des environs : il se trouve en fait que 22 % des dettes d'habitants de Darney sont dues par des habitants de ces écarts. La part des habitants des environs dans le total des dettes devrait donc être relevée. Il n'en reste pas moins que les habitants du bourg sont nettement surreprésentés parmi les clients endettés.

Les résultats obtenus par l'approche précédente ne sont pas forcément très solides, et ne reposent pas sur une base statistique suffisamment large pour être pleinement concluants. Nos documents nous permettent cependant d'appréhender un autre problème d'une manière plus satisfaisante : celui du niveau de consommation relative des clients des villes, des villages et des bourgs. Les clients des villes étaient-ils de plus gros consommateurs que ceux des campagnes ?

Les ratios d'endettement villes/campagnes

La question peut s'appréhender de manière simple, en comparant pour les marchands ayant une large clientèle rurale les créances urbaines et rurales. Cela nous permet de calculer un ratio ville/campagne du niveau des créances moyennes. Plus le *ratio* sera élevé, plus les créances urbaines sont importantes par rapport à celles des campagnes.

Comparaison du niveau des dettes des clients des villes et des campagnes (marchands exclus)		Dettes moyennes des ruraux	Dettes moyennes des citadins	Rapport ville/campagne
Marchands-drapiers	Barrois (Lunéville)	39,15	126,50	3,2
	Mercier (Epinal)	23,74	69,64	2,9
	Charotte (Mirecourt)	8,41	20,15	2,4
	Mathieu (Epinal)	9,37	18,13	1,9
	Leroux (Dieuze)	11,28	15,77	1,4
	Méget 2 (Neufchâteau)	15,81	20,70	1,3
	Bahr (Raon-l'Etape)	8,99	11,34	1,3
	Gautier (Hanonville au Passage)	8,96	9,92	1,1
	Garosse (Lunéville)	33,28	32,06	1,0
	Brissart (Lunéville)	54,97	35,88	0,7
	Patriarche (St Mihiel)	19,09	11,91	0,6
	Rivet (Commercy)	61,51	32,68	0,5
	Vaillat (Etain)	26,98	12,79	0,5
	Marchands-merciers	Méget (Neufchâteau)	6,80	54,60
Gaudez (Neufchâteau)		7,01	19,40	2,8
Gény (Nancy)		31,49	68,27	2,2
Vaillat 2 (Etain)		15,01	18,68	1,2

Malgré l'étroitesse de l'échantillon étudié, il semblerait que les ruraux consomment dans l'ensemble moins que les urbains – les *ratios* étant sensiblement en faveur des villes. Les niveaux de consommation à la campagne n'étaient cependant pas ridicules, et bien souvent, les *ratios* de consommation bourgs/campagnes étaient en faveur des villageois. Comment cette différence peut-elle s'expliquer ? Deux hypothèses peuvent être avancées : on peut tout d'abord penser que la surreprésentation des élites sociales dans les villes explique une consommation globalement plus forte que dans les campagnes. On peut également supposer que les habitants des villes étaient, à niveau social équivalent, de plus gros consommateurs que ceux des campagnes – qu'ils soient plus riches ou qu'ils se soient accoutumés à une

consommation plus importante à niveau de richesse équivalente. Nous allons tenter de tester ces deux hypothèses dans les lignes suivantes.

Des niveaux de consommation différenciés entre les villes et les campagnes

On peut supposer qu'à niveau ou à statut social équivalent, les urbains avaient un niveau de consommation marchande plus important que les habitants des campagnes. Pour vérifier une telle hypothèse, nous allons nous appuyer là encore sur le niveau des créances des habitants des villes, des bourgs et des campagnes relevés dans les inventaires de faillite. Dans bien des cas, ces derniers donnent des éléments permettant de situer socialement les personnes, selon la classification indiquée plus haut. Dans l'ensemble, sur près de 3000 personnes mentionnées dans les inventaires de faillite, nous pouvons en situer socialement et géographiquement 1123 chez les marchands-drapiers et 362 chez les marchands-merciers. La ventilation des personnes selon le lieu de résidence et par catégorie sociale est la suivante :

Clientèle des marchands-drapiers					
Ventilation sociale et géographique des clients	Campagnes	Bourgs	Villes	Ensemble	Part de l'échantillon en %
TRA	77	7	58	142	12,6
ARTI	253	36	213	502	44,7
DOM	44	0	10	54	4,8
QUAL	85	7	85	177	15,8
CAP	39	8	54	101	9,0
ETA	27	14	52	93	8,3
NOB	9	2	11	22	2,0
ECCL	17	0	7	24	2,1
ADM	2	1	5	8	0,7
Totaux	553	75	495	1123	100,0
Part de l'échantillon en %	49,2	6,7	44,1	100,0	

Clientèle des marchands-merciers					
Ventilation sociale et géographique des clients	Campagnes	Bourgs	Villes	Ensemble	Part de l'échantillon en %
TRA	30	0	42	72	19,9
ARTI	35	2	115	152	42,0
DOM	3	1	6	10	2,8
QUAL	11	7	23	41	11,3
CAP	5	0	23	28	7,7
ETA	11	1	33	45	12,4
NOB	1	0	4	5	1,4
ECCL	4	0	5	9	2,5
ADM	0	0	0	0	0,0
Totaux	100	11	251	362	100,0
Part de l'échantillon en %	27,6	3,0	69,3	100,0	

Nous avons étudié le niveau des créances par catégorie sociale et par localité comme plus haut pour les seules catégories sociales. Plus que le niveau moyen des créances de chaque catégorie sociale pour chaque type de localités, peu significatif étant donné le mode de collection des données, nous avons étudié la dispersion des séries de créances. En d'autres termes, nous avons cherché à savoir jusqu'où les dettes pouvaient s'élever. Si les petites dettes étaient sans doute aussi fréquentes dans les villes que dans les campagnes, il se peut en effet que les grosses dettes aient été plus nombreuses, et nettement plus élevées, dans les villes que dans les campagnes. Pour vérifier cela, nous avons calculé pour chaque série de créances la médiane, le niveau du premier quartile et celui du troisième quartile. Ce dernier est pour ce qui nous occupe la valeur la plus significative, dans la mesure où il nous donne une indication sur le niveau atteint par les dettes les plus importantes. A cet égard, la comparaison des troisièmes quartiles des villes et des campagnes nous donne une image de l'avance des villes en termes de niveau de consommation marchande. Les résultats sont synthétisés dans les tableaux suivants.

Niveaux des dettes actives des marchands-drapiers	Ville		Campagne		Rapport Villes/Campagnes	
	Médiane	3e quartile	Médiane	3e quartile	Médiane	3e quartile
TRA	9,63	15,88	9,60	16,35	1,0	1,0
ARTI	9,90	26,05	12,45	23,60	0,8	1,1
DOM	10,75	15,51	6,40	14,23	1,7	NS
QUAL	13,70	34,35	11,70	28,00	1,2	1,2
CAP	29,90	91,14	10,50	27,52	2,8	3,3
ETA	14,58	43,41	12,25	30,93	1,2	1,4
NOB	50,00	NS	19,35	NS	NS	NS
ECCL	24,55	NS	28,00	NS	0,9	NS
ADM	NS	NS	NS	NS	NS	NS

Niveaux des dettes actives des marchands merciers	Ville		Campagne		Rapport Villes/Campagnes	
	Médiane	3e quartile	Médiane	3e quartile	Médiane	3e quartile
TRA	11,07	27,53	8,60	14,86	1,3	1,9
ARTI	17,70	44,85	10,20	19,74	1,7	2,3
QUAL	20,38	46,45	7,58	23,33	2,7	2,0

Le niveau d'endettement auprès des marchands, pour une même catégorie sociale, pouvait monter sensiblement plus haut dans les villes que dans les campagnes. Rares sont cependant les *ratios* supérieurs à 2 : dans l'ensemble, les dépenses dans les campagnes sont du même ordre de grandeur que celles effectuées dans les villes. A catégorie sociale équivalente, il se trouvait donc dans les villes des consommateurs dépensant davantage que leurs homologues des campagnes. Comment cependant interpréter un tel résultat ? Il se peut que les urbains, à catégorie sociale équivalente, aient été plus aisés que les ruraux – ou tout du moins que dans les villes, les catégories sociales comptaient une partie de leurs membres qui étaient sensiblement plus riches que leurs homologues des campagnes. On aurait par exemple trouvé davantage de tailleurs prospères dans les villes que dans les campagnes. Il se peut également, autre hypothèse, qu'à statut social équivalent et à niveau de fortune égal, les villes aient été un milieu où les incitations à consommer aient été plus grandes.

Il ne nous est guère possible ici d'en dire davantage : en l'absence d'étude systématique sur les niveaux de fortune dans l'espace lorrain (et comment d'ailleurs les mener, en l'absence notamment de contrats de mariage très précis ?), nous ne pouvons déterminer si les populations des villes étaient, à niveau social comparable, plus ou moins riches que celles des villages⁶⁶⁵. Par ailleurs, la nature des incitations à consommer dans les

⁶⁶⁵ La rareté des « traités » de mariage dans l'espace lorrain, qui s'explique notamment par les coutumes matrimoniales locales, rend impossible l'estimation des niveaux de fortune des personnes par le biais des apports

espaces urbains n'est pas très claire⁶⁶⁶. Est-elle due à la quantité et à la diversité des marchandises disponibles, qui aiguiserait l'envie de consommer des citadins ? Nous avons vu dans les chapitres précédents et les dernières pages que les boutiques rurales étaient nombreuses, que la diversité de leurs stocks était souvent comparable à celle des boutiques des villes, et que les ruraux avaient de toute manière de multiples occasions de se rendre au bourg ou à la ville proche. Ils avaient donc eux aussi accès à une offre diversifiée, et pouvaient se procurer les marchandises qu'ils souhaitaient. Les principaux incitatifs urbains à la consommation seraient donc le désir de distinction de ses pairs - à catégorie sociale égale - ou encore l'émulation avec les catégories sociales supérieures - qui fait désirer leurs signes de prééminence sociale. Outre que ces pulsions sont impossibles à mesurer, on ne voit en définitive pas bien en quoi elles auraient été plus fortes dans les villes que dans les campagnes. Après tout, les campagnes connaissaient elles-mêmes une stratification sociale importante, avec sans doute dans les milieux ruraux les plus aisés une volonté de marquer dans son vêtement ou son mode de vie une forme de réussite sociale⁶⁶⁷. Il est donc malaisé d'expliquer le niveau de consommation souvent plus élevé qui pouvait être atteint dans les villes à niveau social équivalent. Il va de soi que ces quelques estimations reposent sur une base statistique étroite. Par ailleurs, il se peut que la ventilation sociale entre les différentes catégories au sein de notre échantillon ne soit pas conforme à la réalité. On notera cependant que si les élites sociales sont surreprésentées au sein de notre échantillon, alors l'effet lié à leur surreprésentation dans les espaces urbains est encore plus faible que ce que nous avons calculé.

Les calculs menés dans les pages qui précèdent avaient pour seule ambition de tester quelques hypothèses, au maximum des possibilités des sources employées. Le résultat le plus solide qui en résulte est le niveau de consommation plus élevé des consommateurs urbains, y compris à niveau social équivalent. Nos données suggèrent cependant là encore que les écarts sont sensibles sans être considérables : les campagnes participent donc pleinement à la consommation marchande, pour des niveaux certes inférieurs, mais *du même ordre de grandeur*, que les espaces urbains.

Les éléments rassemblés jusqu'ici nous permettent de dire que la Lorraine méridionale et centrale constituait un marché de consommation unifié, auquel participaient villes et campagnes - en témoigne en particulier la grande similitude des fonds de boutiques urbains et ruraux, à spécialisation équivalente. Toutes les catégories sociales participaient par ailleurs à la consommation marchande, quand bien même les classes populaires étaient sous-représentés, tant en termes de part de clientèle que de part des achats. La question se pose cependant de la participation effective des différentes catégories sociales à la consommation marchande : qu'achetaient-elles chez les commerçants ? Selon l'image qu'elle se donnait d'elle-même, la société du XVIIIe siècle était segmentée en différentes catégories sociales, toutes marquées par une éthique spécifique et des comportements de consommation particuliers. On sait cependant que la diffusion des produits, notamment des vêtements, des étoffes et des accessoires de parure, touchait au XVIIIe siècle des milieux sociaux de plus en plus larges, si bien que l'idée d'un brouillage des rangs est devenue un lieu commun de la littérature et de la polémique. Ainsi, bien des produits de large diffusion auraient contribué à

au mariage - ce qu'a fait Maurice Garden pour Lyon (*Lyon et les Lyonnais au XVIIIe siècle*, Paris, Les Belles Lettres, 1970).

⁶⁶⁶ Dominique MARGAIRAZ, "City and Country: Home, Possessions and Diet, Western Europe 1600-1800", in Frank TRENTMANN (dir.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, University Press, 2012, pp. 198-206.

⁶⁶⁷ Jean-Pierre JESSENNE, « Usages, équivoques et pertinence de la 'bourgeoisie rurale' », in Id. (éd.), *Vers un ordre bourgeois ? Révolution française et changement social*, Rennes, Presses Universitaires, pp. 119-145.

une uniformisation des modèles de consommation, abolissant progressivement la segmentation des consommations selon les catégories sociales. Nous nous proposons, à partir de l'étude des ventes d'un marchand particulier, de prendre la mesure de cette uniformisation supposée.

3. Les différentiels sociaux de consommation chez Germain Empereur

Un des principaux défauts des inventaires de faillite est de ne pas nous informer sur les relations effectives entre le client et le marchand ayant donné lieu à l'établissement d'une dette. On ne sait pas combien d'achats ont été effectués par le client, ni pour quels montants, on ignore les délais de paiement convenus lors de la vente, et surtout on ne sait rien des marchandises qui ont été achetées. Seules des comptabilités marchandes, relevant les opérations de vente, permettent d'assigner des marchandises vendues à des consommateurs. Pour que l'étude de tels documents soit vraiment intéressante dans une perspective d'histoire de la consommation, il faut cependant que les livres de comptes indiquent un certain nombre de renseignements précis concernant le statut social, la profession ou le lieu de résidence des personnes concernées.

Des fonds marchands que nous avons consultés dans les archives de la Juridiction Consulaire de Lorraine et Barrois, les plus précis à cet égard sont ceux du marchand-drapier Germain Empereur, que nous avons utilisés dans les pages qui précèdent. Son livre des ventes des années 1750 nous offre la possibilité de déterminer l'extension sociale de la consommation d'un certain nombre d'étoffes et d'accessoires de vêtement. Il se trouve que la gamme de marchandises proposée par ce marchand est suffisamment large, et sa clientèle suffisamment ouverte socialement, pour autoriser des conclusions extrapolables à l'ensemble des Duchés. Il est donc possible d'utiliser ses fonds pour étudier les profils de consommation des différentes catégories sociales, ainsi que pour mettre en avant les spécificités de la consommation féminine. Cela suppose cependant de dépouiller le journal de vente sur une période suffisamment longue pour en tirer des résultats pertinents.

3.1. Méthodologie d'analyse

3.1.1. *Le problème de la représentativité d'un cas individuel*

En quoi l'étude d'un seul marchand permettrait-elle de rendre compte des pratiques commerciales de l'ensemble de l'appareil commercial lorrain ? Dans quelle mesure la clientèle d'Empereur et les relations qu'il entretient avec elles seraient-elles caractéristiques des pratiques ayant cours à l'époque ? Pour déterminer le niveau de généralisation que l'on peut extraire des données que nous allons établir, il convient de mettre en évidence les spécificités du marchand étudié – et les distorsions qu'elles peuvent induire.

Il se peut en effet tout d'abord que la boutique de ce marchand présente un certain cachet « aristocratique », du fait de la vente de marchandises de prix et de qualité. Il est indéniable que la clientèle d'Empereur est nettement plus aisée que celle des autres boutiques de marchands-drapiers que nous avons étudiées dans les pages précédentes. Dans les faits, la part des catégories populaires dans sa clientèle est faible, tandis que la noblesse et le clergé représentent près de la moitié des ventes. Environ 40 % de celles-ci se font à des membres des élites de la roture, qu'il s'agisse de bourgeois sans mention d'activité, de professions libérales ou encore de marchands. Empereur est donc en cela assez différent des marchands dont nous avons étudié précédemment des inventaires, dont la clientèle était plus largement ouverte sur les classes populaires.

Est-il donc pertinent d'étudier la consommation au XVIII^e siècle en s'appuyant sur un tel commerçant ? Nous pensons que oui, dans certaines limites qu'il convient de préciser. Notons tout d'abord que la boutique ne connaît aucun exclusivisme social, dans la mesure où près du quart de sa clientèle se recrute dans les catégories populaires, essentiellement des artisans. Il est donc malgré tout possible de tracer une comparaison entre les modes de consommation des classes populaires et des élites sociales. Par ailleurs, la grande place des élites de la roture et des aristocrates dans la clientèle de ce marchand permet de réfléchir de manière assez fine sur le niveau d'intégration des modèles de consommation entre noblesse et bourgeoisie : l'absence de différence fondamentale entre les paniers de produits des nobles et des bourgeois serait ainsi le signe d'une uniformisation avancée des modèles de consommation des classes dominantes : sur une période d'un an, correspondant à plus de 900 opérations de vente, il y a peu de chances qu'une uniformité ou une différenciation des produits achetés ne relève que du hasard. Une autre distorsion peut également être introduite par les marchandises vendues par Germain Empereur : son inventaire de faillite de 1753 indique une surreprésentation des étoffes de mode ou soumises à renouvellement rapide.

Quand bien même les étoffes de consommation courante, et celles qui étaient le plus stables sur le siècle, constituaient la majorité des stocks chez Empereur, la présence d'étoffes rares correspond à une logique de distinction « horizontale » d'avec ses collègues : les marchands s'efforçaient en effet comme on l'a vu de proposer des produits peu courants leur permettant de se positionner sur un créneau particulier et de bénéficier d'un effet de niche partiel. D'une certaine manière, ces produits rares faisaient fonction de produits d'appel. Il se peut donc que les clients qui se rendaient chez lui le fassent pour se vêtir avec goût, ou encore à la dernière mode, et donc que tous ceux à la recherche d'un vêtement plus utilitaire ne soient pas représentés. Ainsi, il se pourrait que la clientèle observée soit tendanciellement plus aisée que celle qui achète des étoffes de qualité moyenne et supérieure, et davantage sensible à la mode et à la distinction.

Le dernier problème sérieux posé par le fonds Empereur concerne la date retenue pour l'étude. Les chapitres précédents, tout comme l'historiographie, nous montrent que la quantité de marchandises en circulation a sensiblement augmenté entre le début et la fin du XVIII^e siècle. Un des aspects de la hausse de la circulation des marchandises est l'augmentation du nombre de fripiers à Nancy entre les années 1740 et les années 1760, qui témoigne de la redistribution accrue des vêtements et de la hausse de la dynamique de renouvellement des produits. Les années 1750 sont donc probablement une période d'augmentation de la consommation vestimentaire chez les élites sociales, auxquelles se joignent les éléments solvables des classes populaires. On peut poser l'hypothèse que l'on se trouve à une période où le brouillage des statuts par la mode est en passe de se faire : à ce titre, on pourrait voir une certaine uniformité se dessiner dans les ventes aux différentes catégories sociales, tout particulièrement au niveau des élites. En somme, le livre des ventes d'Empereur nous permet de tester l'hypothèse de l'uniformisation des pratiques de consommation des classes moyennes et supérieures, à partir d'un marchand fournissant des consommateurs particulièrement avides de marchandise « de mode » : si un tel phénomène doit se produire, c'est précisément chez un commerçant comme lui qu'on peut l'observer.

Nous étudions les ventes effectuées par Empereur de l'automne 1752 à l'automne 1753. Ses comptes sont utilisables jusqu'en 1757, mais le marchand connaît une faillite en 1756 : pour éviter que nos résultats soient par trop faussés par la mévente et la difficulté à collecter ses créances actives dont il a été victime, nous avons fait le choix d'étudier une période située quelques années avant ses difficultés.

3.1.2. L'utilisation de sources comptables

Le fonds Empereur couvre quarante ans de la vie d'affaires d'un marchand-drapier, de 1717 à 1756 : on y trouve des comptabilités complètes pour la période 1730 à 1756, des registres de correspondance active, les lettres reçues, presque sans lacune, de 1717 jusqu'à la fin, ainsi que bon nombre de documents annexes comme des lettres de voiture, des effets de commerce, des carnets de créanciers ou encore des inventaires de marchandises. L'énormité du fonds et la précision des analyses que nous souhaitons mettre en œuvre nous ont imposé de restreindre notre étude à une période de quelques mois : nous avons choisi la période allant d'octobre 1752 à mars 1753, eu égard à la qualité de tenue des livres de compte et à la grande diversité de sources disponibles pour cette période dans le fonds du marchand. Nous nous appuyons ici sur le livre-journal des ventes de Germain Empereur, ainsi que sur son Grand Livre des ventes.

Comme chez la plupart des marchands grossistes ou détaillants lorrains dont les livres de comptes nous sont parvenus, Germain Empereur tenait sa comptabilité en partie simple⁶⁶⁸. Cela signifie concrètement que la comptabilité ne reposait pas, comme dans la partie double, sur un ensemble de comptes abstraits (« capital », « marchandises », « gains et pertes », etc.) ou personnels permettant de synthétiser les opérations en en faisant des flux entre comptes. Les achats, les ventes, les prêts, les emprunts étaient, dans le cadre de la partie simple, relevées au quotidien sur le livre-journal (un pour les achats et les emprunts, un pour les ventes et les prêts chez Empereur), mais n'étaient pas synthétisées de manière systématique dans un Grand Livre. Empereur tenait bien un Grand Livre des achats et un autre pour les ventes, mais toutes les opérations portées au livre-journal n'étaient pas reportées dans ces documents. Le Grand Livre des achats ne reportait que les opérations sur les marchandises, occultant les achats d'effets de commerce ou les emprunts mentionnés au livre-journal. Celui des ventes ne relevait que les opérations avec les clients détenteurs d'un compte – soit près de la moitié de la clientèle d'Empereur. Il s'agissait généralement des clients les plus fidèles : le marchand reportait les achats effectués par la clientèle. Par ailleurs, il indiquait aussi les paiements effectués – qu'il ne fait apparaître que rarement dans son livre-journal.

Le livre-journal des ventes indique au jour le jour le montant des opérations effectuées, et en donne le détail⁶⁶⁹. Le marchand note dans la marge le lieu de résidence du client, et spécifie le plus souvent sa profession et sa qualité. Pour les clients détenteurs de comptes, nous nous sommes systématiquement reportés au Grand Livre des ventes pour compléter ou amender les informations personnelles sur les clients. Une fois la vente faite, le client est marqué comme débiteur. S'il dispose d'un compte, une indication chiffrée dans la marge renvoie au folio du Grand Livre des ventes⁶⁷⁰, où le montant de ses achats est porté sur la page de gauche (« Doit »), les paiements étant portés sur la page de droite (en « Avoir »). Si par contre le client ne dispose pas de compte, Empereur, comme c'est vraisemblablement la pratique courante des détaillants, se contente d'inscrire « payé » dans la marge une fois la créance soldée, mentionnant rarement la date du paiement définitif ou du versement d'acomptes⁶⁷¹.

⁶⁶⁸ C'est également le mode de tenue des livres de comptes le plus fréquent dans la boutique parisienne, si l'on suit les travaux de Natacha COQUERY (« Les écritures boutiquières au XVIIIe siècle : culture savante, encadrement légal et pratiques marchandes », in Natacha COQUERY, François MENANT et Florence WEBER (dir.), *Ecrire, compter, mesurer. Vers une histoire des rationalités pratiques*, Paris, Editions Rue d'Ulm, 2006, pp. 163-180).

⁶⁶⁹ Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle (désormais AD 54), 49 B 561 : Journal des ventes de Germain Empereur (octobre 1752/juillet 1756).

⁶⁷⁰ AD 54, 49 B 567 : Grand Livre des ventes de Germain Empereur (années 1750).

⁶⁷¹ On retrouve à la même époque des pratiques comptables similaires chez Abraham Dent, marchand-drapier du nord de l'Angleterre (Thomas Stuart WILLAN, *An Eighteenth Century Shopkeeper : Abraham Dent of Kirkby Stephen*, Manchester 1970), chez les petits merciers parisiens (Lucile PETIT, *Stratégies d'innovation et développement commercial de la boutique*) ou, une trentaine d'années plus tard, chez la veuve Colombo de Nice

3.1.3. L'analyse des ventes de marchandises

Quelques remarques préliminaires

Les 910 opérations de vente effectuées entre le 1^e octobre 1752 et le 30 septembre 1753 par Empereur correspondent à 4.300 entrées-objets différentes : lors de chaque vente, chaque client achète ainsi en moyenne quatre à cinq objets différents. Ces chiffres imposants ne doivent pas dissimuler le nombre relativement restreint d'objets vendus : Empereur ne vend en effet que 125 types différents d'étoffes et 44 types différents d'accessoires de vêtement⁶⁷². Si l'on reprend la taxinomie employée dans le chapitre précédent pour le classement des étoffes et des accessoires, la ventilation par catégories et sous-catégories de produits est la suivante :

Etoffes	Montant en liv. l.	Part en %
Etoffes de luxe	4260,60	14,7
Belles étoffes	6000,45	20,6
Etoffes de laine communes	5447,30	18,7
Petites étoffes de laine	2535,92	8,7
Etoffes mêlées	3684,50	12,7
Indiennes	1712,60	5,9
Autres cotonnades	508,59	1,7
Etoffes de lin et de chanvre	554,28	1,9
Toiles	2493,65	8,6
Etoffes non identifiées	1874,55	6,4
Total	29072,44	100,0

Accessoires de vêtement	Montant	Part en %
Rubans	1961,14	28,4
Attaches	778,40	11,3
Gants et cravates	16,00	0,2
Mouchoirs	151,30	2,2
Couvre-chefs	1866,14	27,1
Bas	1103,28	16,0
Pièces de vêtement	309,50	4,5
Accessoires divers	361,42	5,2
Bijoux	0,00	0,0
Fils et dentelles	347,96	5,0
Total	6895,14	100,0

(Marie-Louise CARLIN, *Un commerce de détail à Nice sous la Révolution. La maison Colombo*, Travaux et Mémoires, IV, La Pensée Universitaire, Aix-en-Provence, 1965). Il semblerait donc qu'une telle manière de tenir ses comptes soit typique du commerce de détail.

⁶⁷² La liste de ces produits se retrouve en annexe.

La boutique d'Empereur vendait beaucoup d'étoffes et d'accessoires destinés à confectionner un habit ou un vêtement complet, mais pas de prêt-à-porter. Bien des clients ne venaient donc pas chez lui en vue de satisfaire un désir fugace – sous la forme d'un accessoire qui viendrait agrémenter à la dernière mode une veste ou une robe – mais pour choisir des matières destinées à fabriquer des vêtements durables.

Méthodologie d'analyse

Comment cependant passer d'une liste de produits à une étude de la consommation des différentes catégories sociales ? Dans un premier temps, nous allons étudier la ventilation sociale de la clientèle de chacun de ces grands types de produits. Pour les dix catégories d'étoffes et les huit catégories d'accessoires représentées, nous allons calculer la part relative de chaque catégorie sociale. Cela va nous permettre de mettre en évidence la surreprésentation éventuelle de telle ou telle catégorie sociale dans la consommation des grands types de produits : à chaque type de produits, nous pouvons ainsi assigner un profil de clientèle, et faire apparaître ainsi son éventuel exclusivisme social. Nous menons cette étude en séparant les produits destinés à des hommes de ceux destinés à des femmes.

A l'intérieur de chaque catégorie de produits, nous allons ensuite repérer les produits les plus exclusifs socialement ainsi que ceux les plus largement diffusés. Nous allons en particulier étudier la ventilation sociale des acheteurs des produits apparaissant plus de quinze fois dans les ventes : il se peut en effet qu'un certain nombre de produits très diffusés parmi les consommateurs aient été achetés dans toutes les catégories sociales, et aient ainsi largement contribué à l'uniformisation des consommations. Dans la taxinomie élaborée au chapitre précédent, nous avons distingué onze catégories sociales. A chaque produit étudié, nous attribuerons un coefficient de présence allant de 1 à 11 selon le nombre de catégories sociales qui consomment chacun de ces produits. Nous considérerons tout produit présent dans au moins huit catégories sociales différentes comme un produit de très large diffusion ; à l'inverse, les produits présents dans moins de quatre catégories seront vus comme des produits exclusifs.

3.2. Quels produits pour quels consommateurs ?

3.2.1. Une large uniformisation des consommations

Il ressort de notre étude que la plupart des produits de large consommation – ceux qui apparaissent plus de quinze fois dans notre relevé – sont également des produits de large voire très large diffusion – apparaissant dans plus de huit catégories sociales. Ces produits sont au nombre de 14, et représentent entre 30 et 50 % des ventes de chaque sous-catégorie de produits. Le coefficient de présence des produits de large consommation est dans l'ensemble très élevé, ce qui témoigne de leur diffusion dans toutes les couches de la société. C'est le cas en particulier des lainages, toutes qualités confondues, ou encore des indiennes – très répandues en Lorraine pour les raisons indiquées dans les chapitres précédents, et manifestement très populaires. De la même manière, les accessoires comme les rubans, les boutons, les chapeaux ou les mouchoirs sont diffusés dans toutes les couches de la société. Dans le tableau suivant, nous avons indiqué le coefficient de diffusion de chacun de ces produits de large consommation. Nous avons ensuite précisé si ces produits se retrouvaient ou non dans les différentes couches de la société - classes populaires, bourgeoisie et classes dominantes.

Sous-catégorie	Etoffes vendues plus de 15 fois	Coefficient de présence
2	drap du Nord	11
4	cadis	11
3	calamandre	10
3	flanelle	10
3	molleton	10
5	pluche	10
9	toile	10
1	drap	9
3	droguet d'Angleterre	9
3	étamette	9
3	serge impériale	9
4	serge	9
5	camelot	9
6	indienne	9
6	mousseline	9
1	drap d'Elbeuf	8
2	taffetas	8
2	panne	8
6	calancas	8
9	toile de ménage	8
3	serge de Rome	7
4	serge de Mandres	7
7	futaine	7
9	toile de Laval	7
9	toile de lin	7
10	extrafort	7
2	gros de Tours	6
3	prime en Ségovie	6
5	étamine à voile	6
9	toile de coton	6
9	toile de Rouen	5
1	drap de Sedan	4
9	toile de Suisse	3
10	bergopzoom	3

Sous-catégorie	Accessoires vendus plus de 15 fois	Coefficient de présence
6	chapeau	11
3	jarretière	10
3	jarretière de filoselle	10
2	boutons	9
2	boutons de veste	9
6	chapeau mi-castor	9
2	boutons pinsebec	8
3	bas	8
3	jarretière de soie	8
1	passéfin	7
3	bas d'étame	7
6	chapeau de castor	7
1	galon d'or	6
2	boutons de crin	6
2	boutons de poil	6
1	galon d'argent	5
2	boutons d'argent	5
2	boutons d'or	5
3	bas de soie	5
3	bas de drap de Vic	3

Un certain nombre de produits étaient donc consommés dans toutes les couches de la société, indépendamment du statut ou de la profession. Les accessoires de vêtement, et singulièrement la passementerie, étaient des objets peu onéreux, permettant un renouvellement fréquent, voire saisonnier : la modestie de bien des prix explique leur large

diffusion dans la société⁶⁷³. Même pour les produits absents chez les classes populaires, les coefficients de diffusion sont importants : dans les faits, les barrières de rang étaient pour ces produits abolies entre noblesse, clergé et bourgeoisie. Pour les produits les plus consommés, il est donc loisible de parler de marché intégré : il n'y a pas de cloisonnement des consommations sur des bases socioculturelles.

On pourrait cependant penser que la distinction sociale passait par la consommation de produits rares. Il se peut ainsi que les classes dominantes aient été surreprésentées dans les produits de faible diffusion. L'étude des produits présents entre cinq et quatorze fois dans les ventes ne fait pas apparaître une image très différente de ce que l'on a vu jusqu'à présent. Pour ces produits, nous nous sommes contentés d'étudier leur diffusion dans les différentes couches de la société. Ici encore, l'exclusivisme social des consommations est très restreint.

⁶⁷³ Nous distinguerons ici ainsi que dans la suite de ce chapitre « classes populaires », « bourgeoisie » et « classes dominantes ». Ces dernières rassemblent les membres des deux premiers ordres de la société d'Ancien Régime – clergé (ECCL) et noblesse (NOB) – ainsi que les « administrateurs » (ADM), qu'ils soient officiers ou commissaires. Cette catégorie rassemble comme on l'a vu des roturiers cherchant souvent à accéder à la noblesse et des nobles de plus ou moins vieille extraction. Le terme de « bourgeoisie » est ici entendu au sens ancien. Il recouvre l'ensemble des personnes indépendantes, ne travaillant pas de leurs mains, voire se contentant de vivre de leurs rentes (CAP, QUAL, ETA), comme le rappellent Pierre GOUBERT et Daniel ROCHE (*Les Français et l'Ancien Régime*, tome 1 : *La société et l'Etat*, Paris, Armand Colin, 2001, pp. 170-185). Par classes populaires, nous entendons l'ensemble des personnes travaillant de leurs mains, qu'il s'agisse de travailleurs indépendants, autonomes (dans le cadre du *Verlagssystem*) ou dépendants. On y regroupe les catégories TRA, DOM et ARTI. La catégorie SSPE est plus difficile à situer socialement : on y trouve sans doute beaucoup d'artisans, mais aussi nombre de bourgeois.

Sous-catégorie	Etoffes vendues entre cinq et 14 fois	Dans les classes supérieures ?	Dans la bourgeoisie ?	Dans les classes populaires ?
2	camelot mi-soie	oui	oui	non
2	drap de Romorantin	oui	oui	non
2	gros de Nîmes	non	oui	non
2	impériale	oui	oui	oui
2	panne de soie	oui	oui	oui
2	ras de Saint-Lô	oui	oui	non
2	satin	oui	oui	oui
2	taffetas à la bonne femme	oui	oui	non
2	taffetas de Florence	oui	oui	non
2	velours	oui	oui	non
3	amen	oui	oui	non
3	bouracan de Marville	oui	oui	oui
3	bouracand	oui	oui	oui
3	calamandre du Mans	oui	oui	oui
3	croisé	oui	oui	non
3	croisé d'Angleterre	oui	oui	non
3	droguet	oui	oui	oui
3	façon de droguet	oui	oui	oui
3	flanelle d'Angleterre	oui	oui	non
3	flanelle de Berlin	non	oui	oui
3	second (en) Ségovie	oui	oui	oui
3	Ségovie	oui	oui	oui

Sous-catégorie	Etoffes vendues entre cinq et 14 fois (suite)	Dans les classes supérieures ?	Dans la bourgeoisie ?	Dans les classes populaires ?
4	blicourt	oui	oui	oui
4	cadis d'Agnan	oui	oui	non
4	dauphine	oui	oui	oui
5	camelot d'Agnane	oui	oui	non
5	camelot sayette	oui	oui	oui
5	étamine	oui	oui	oui
5	étamine de Naples	oui	oui	non
5	étamine du Mans	oui	non	oui
6	patenas	non	oui	oui
6	siamoise	oui	oui	oui
7	basin	oui	oui	non
7	finette	oui	oui	non
7	futaine de France	oui	oui	non
9	toile de Cholet	oui	oui	oui
9	toile de pays	oui	oui	oui
10	écarlate	oui	oui	oui
10	étoffe	oui	oui	oui
10	perpétuel	oui	oui	oui
10	revêche	oui	oui	oui
10	tissu	oui	non	oui
10	voile	oui	oui	non

Sous-catégorie	Accessoires de vêtement vendus entre 5 et 14 fois	Dans les classes supérieures ?	Dans la bourgeoisie ?	Dans les classes populaires ?
1	galon	oui	non	non
1	galon d'argent	oui	oui	non
1	galon de soie	oui	non	non
1	galon de Tours	oui	non	non
1	ganse d'or	oui	non	non
1	padoux	non	oui	oui
2	boutons à 1000 points	oui	oui	non
2	boutons d'argent	oui	oui	oui
2	boutons de culotte	oui	oui	oui
2	boutons de fil	oui	oui	non
4	mouchoir de Silésie	oui	oui	oui
4	mouchoir de Pondichéry	non	oui	oui
5	chapeau de castor de Paris	oui	oui	non
6	bas d'Angleterre	oui	oui	oui
6	bas de drap de Vic	oui	oui	non
6	bas de soie à la Bourgogne	oui	oui	non
6	bas de Vic	oui	oui	oui
6	bas drapé	oui	oui	oui

Marchand des élites locales, Empereur témoigne ainsi, par sa clientèle, de la large intégration des modèles de consommation des roturiers, des ecclésiastiques ou des nobles⁶⁷⁴. Cette grande uniformité des consommations doit cependant être quelque peu nuancée. On trouve dans le journal des ventes quelques exemples d'achats de draps du Nord - draps d'Angleterre du West Riding, dans le Yorkshire, d'assez bonne qualité et de prix assez élevé - par des artisans ou des travailleurs salariés, qui voisinent avec des achats massifs par des bourgeois ou des aristocrates. Or, si pour les plus aisés ces produits devaient servir à tailler des vêtements d'usage courant, ils étaient à n'en pas douter une consommation exceptionnelle – un luxe – pour les plus pauvres. L'aune de drap du Nord coûtait en effet 8 liv. 1. – peut-être 0,3 % des revenus annuels d'un travailleur modeste à elle seule. Ce qui servait à l'habit quotidien de l'avocat servait sans doute à l'habit de fête des travailleurs. La grande uniformité des produits consommés recouvrait sans doute des usages nettement différenciés des marchandises ainsi achetées.

3.2.2. Des consommations socialement segmentées

⁶⁷⁴ Des tableaux récapitulatifs des paniers d'achats des différentes catégories socioprofessionnelles sont présentés en Annexe 4.

Dans les faits, la seule véritable barrière entravant la consommation de tel ou tel produit était celle du prix. L'exclusion des classes populaires de la consommation de certaines marchandises s'explique sans doute plus par leur prix très élevé que par les interdits sociaux tacites à la consommation de ces produits. Les seuls produits à ne pas toucher les classes populaires, à en juger par la ventilation des ventes présentée plus haut, sont ainsi les lainages de très grande qualité ou les soieries. Ces produits étaient toutefois diffusés dans la bourgeoisie, tant et si bien que les différences de rang étaient là encore peu apparentes.

En définitive, la distinction sociale se faisait sans doute principalement par les produits de luxe, faits de matières nobles comme la soie ou l'or, ou alors – pour les étoffes – faits de fibres de premier choix, confectionnés et finis de manière particulièrement soignée (comme les draps de Sedan ou d'Elbeuf). L'exclusivisme social des accessoires de luxe était cependant battu en brèche par la diffusion de produits d'imitation, notamment pour les rubans ou pour les boutons.

Il était donc possible aux consommateurs les plus modestes de copier les produits les plus socialement distinctifs, grâce à des matières imitant les matériaux les plus nobles. L'or faux, l'argent faux ou le pinsebec (ou similor) étaient de diffusion courante, et très prisés par les consommateurs populaires. Au niveau des accessoires de parure, ce « populuxe » permettait aux catégories populaires d'accéder à des consommations visuellement comparables à celles des catégories les plus aisées. Le faible coût de ces nouveaux matériaux permet une diffusion large et un renouvellement fréquent⁶⁷⁵. Du fait de la diffusion socialement large de nombre des produits et des prix modérés de la plupart d'entre eux, il est possible de parler de marchés de consommation largement intégrés – quand bien même la signification attribuée à la consommation de chaque produit doit varier selon les catégories sociales. Les niveaux de consommation étaient cependant bien différents selon les catégories sociales.

3.2.3. Des niveaux d'achat socialement différenciés

Dans l'ensemble, l'achat moyen en étoffes et accessoires des artisans ou des travailleurs manuels salariés était trois à quatre fois inférieur à celui des nobles ou des officiers ou administrateurs. Plus significatif peut-être est l'écart entre la bourgeoisie et ces classes dominantes, avec un écart de un à deux ou trois en faveur de ces dernières. Nos chiffres suggèrent également une visite plus fréquente à la boutique de la part de la noblesse et des administrateurs – souvent nobles, au demeurant. L'achat des mêmes produits par la bourgeoisie, la noblesse et le clergé ne doit pas faire oublier que les capacités d'achat et de renouvellement des produits étaient très différentes selon les catégories sociales, et que la noblesse conservait à cet égard plus qu'une longueur d'avance.

3.3. Quelle place pour une consommation féminine autonome ?

Dans les ventes de Germain Empereur, il est difficile d'isoler la consommation féminine de l'ensemble des consommations. En effet, autant certaines femmes, en position de consommatrices autonomes, disposent de leur propre compte – ou tout du moins, font leurs achats sous leur propre nom –, autant beaucoup d'autres devaient être soumises à l'autorisation de leur mari pour acheter des marchandises en boutique. Ainsi, quand bien même l'achat serait effectué sous le nom du mari, il se peut que le bénéficiaire effectif de

⁶⁷⁵ Sur la notion de « populuxe », voir : Maxine BERG et Helen CLIFFORD (dir.), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, University Press, 1999 ; Maxine BERG et Elizabeth EGER (dir.), *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods*, Basingstoke, Pelgrave, 2003.

l'achat soit son épouse. Dans ce cas, il doit d'agir d'une consommation contrôlée, dans la mesure où le mari a vraisemblablement son mot à dire sur les achats effectués - qualité des matières et des produits, prix. C'est ainsi que le nombre de femmes dans la clientèle est assez limité, et que la consommation « féminine » discernable à travers la source employée est vraisemblablement sous-évaluée.

Les femmes qui apparaissent ici comme consommatrices responsables de l'achat qu'elles effectuent elles-mêmes et sous leur nom, sont des épouses, des veuves ou des filles majeures encore domiciliées chez leurs parents. Dans le cas des veuves, il s'agit de femmes gérant par elles-mêmes l'ensemble des revenus et du patrimoine de leur ménage. Dans le cas des épouses et des filles majeures, ce sont des femmes soumises à l'autorité du chef de famille – époux ou père – qui leur laisse vraisemblablement la jouissance d'une certaine somme d'argent. Il se peut cependant que ces sommes soient assez faibles au regard de la richesse effective des ménages, et qu'ainsi la consommation des femmes soit de ce fait contrainte et restreinte.

Clientèle féminine de Germain Empereur (1e octobre 1752 - 30 septembre 1753)					
Catégories sociales	Niveau des dettes en liv. l.	Part de l'ensemble	Nombre de clients	Proportion des clients	Montant moyen des achats annuels
ADM	0	0,0	0	0,0	0,00
ARTI	121,69	3,1	5	7,0	24,34
CAP	79,19	2,0	1	1,4	79,19
DOM	96,97	2,5	6	8,5	16,16
ECCL	775,14	19,6	3	4,2	258,38
ETA	0	0,0	0	0,0	0,00
MAR	115,67	2,9	4	5,6	28,92
NOB	662,35	16,8	11	15,5	60,21
QUAL	1914,28	48,5	34	47,9	56,30
SSPE	85,39	2,2	5	7,0	17,08
TRA	97,09	2,5	2	2,8	48,55
Total	3947,77	100,0	71	100,0	55,60

La ventilation par catégorie sociale présentée ici ne peut être directement comparée à celle des hommes. En effet, autant le titre de « Monsieur » permet d'assigner chez Empereur les hommes à la bourgeoisie (QUAL), autant ceux de « Madame » ou de « Mademoiselle » sont employés indifféremment pour les femmes de la bourgeoisie (QUAL), des employés et officiers subalternes (ETA), des marchands (MAR) voire des officiers supérieurs (ADM). Il se peut donc que notre échantillon classe comme bourgeoises des femmes qui auraient dû être placées dans d'autres catégories. Dans la suite de nos calculs, lorsque nous comparons hommes et femmes, nous utilisons donc le découpage tripartite employé plus haut entre classes populaires, bourgeoisie rentière ou à talents et classes dirigeantes.

Si l'on en croit l'historiographie, les femmes sont comptables d'une part importante des dynamiques de consommation du XVIII^e siècle, en particulier dans le domaine du vêtement⁶⁷⁶. Elles auraient été un des marchés privilégiés de la « révolution de la consommation », étant probablement particulièrement sensibles à la nouveauté et aux effets de mode. Les produits à renouvellement rapide, les étoffes légères et les accessoires permettant de retoucher les vêtements auraient ainsi eu leurs préférences. Nous allons tâcher ici de mettre en évidence l'originalité éventuelle de la consommation féminine autonome, tant dans ses volumes de consommation que dans les objets consommés. Les achats sont-ils vraiment d'un niveau relativement faible, étant donnée la contrainte de revenus mentionnée plus haut ? Sont-ils de ce fait largement tournés vers les accessoires permettant de rafraîchir les vêtements, et non vers les étoffes permettant de s'en confectionner de nouveaux – ce qui revient à nettement plus cher ?

3.3.1. Les niveaux d'achats féminins

La comparaison avec les niveaux d'achats des hommes, y compris à couche sociale équivalente, laisse apparaître un niveau de dépenses globalement moindre, bien que du même ordre de grandeur⁶⁷⁷.

<i>Ratios d'achats hommes/femmes par catégorie sociale</i>	Achat annuel moyen des hommes en liv. l.	Achat annuel moyen des femmes en liv. l.	<i>Ratio homme/femme</i>
ADM	116,24	0,00	NS
ARTI	28,56	24,34	1,2
CAP	92,38	79,19	1,2
DOM	35,97	16,16	2,2
ECCL	104,51	258,38	0,4
ETA	92,34	0,00	NS
MAR	108,40	28,92	3,7
NOB	173,90	60,21	2,9
QUAL	84,72	56,30	1,5
SSPE	43,77	17,08	2,6
TRA	28,83	48,55	0,6
Ensemble	81,22	55,60	1,5

Ces résultats confortent dans l'ensemble ce que nous avons observé plus haut. En effet, les dépenses des femmes, à catégorie sociale équivalente, sont du même ordre de grandeur que celles des hommes. Nos précédentes études suggéraient un différentiel de niveau de consommation entre les deux sexes globalement plus fort qu'observé ici, au détriment des

⁶⁷⁶ ROCHE, *La culture des apparences*

⁶⁷⁷ Les chiffres tiennent compte des bénéficiaires effectifs, là où ils sont connus.

femmes : le rapport entre le niveau moyen des créances masculines et féminines chez les marchands-drapiers tournait le plus souvent autour de 1,5. Un rapport de 1,1 ou 1,2 n'est cependant pas une exception : Empereur faisait ainsi partie des marchands-drapiers à consommation féminine de haut niveau. Comment expliquer cette relative originalité du marchand de Pont-à-Mousson ? Il se peut que le cachet aristocratique de sa boutique ait découragé les acheteuses aux revenus les plus modestes, toutes catégories sociales confondues.

3.3.2. Existe-t-il une consommation féminine clairement identifiable ?

La ventilation des marchandises consommées par les femmes fait apparaître un certain nombre de différences, tant pour les étoffes que pour les accessoires de parure.

Répartition des achats d'étoffes par catégorie sociale selon les sexes	Part des achats des hommes	Part des achats des femmes
Etoffes de luxe	16,2	9,8
Belles étoffes	21,2	14,1
Etoffes de laine communes	17,6	25,0
Petites étoffes de laine	8,5	9,4
Etoffes mêlées	12,2	15,1
Indiennes	4,6	15,2
Autres cotonnades	1,8	1,3
Etoffes de lin et de chanvre	1,8	2,6
Toiles	9,1	3,7
Etoffes non identifiées	7,0	3,8

Répartition des achats d'étoffes par catégorie sociale selon les sexes	Part des achats des hommes	Part des achats des femmes
Rubans	27,2	40,4
Attaches	10,9	14,9
Gants et cravates	0,3	0,0
Mouchoirs	1,9	5,1
Couvre-chefs	27,6	22,2
Bas	16,4	12,2
Pièces de vêtement	4,9	0,0
Accessoires divers	5,7	0,8
Fils et dentelles	5,1	4,4

Hommes et femmes ne se tournent pas dans les mêmes proportions vers les différentes gammes de produits. C'est ainsi que la consommation féminine en belles étoffes de laine et en soieries (sous-catégories 1 et 2) est nettement plus faible que chez les hommes, quand bien même les produits de la consommation féminine sont identiques à ceux de la consommation masculine (il n'y a pas pour ces deux gammes de produits d'étoffe spécifiquement féminine). Cela s'explique certainement par les exigences vestimentaires professionnelles pesant sur les hommes de loi comme le clergé séculier, très représentés dans ces deux catégories sociales. A l'inverse, les lainages de qualité moyenne ou médiocre sont surreprésentés chez les femmes, bien que pour des ordres de grandeur comparables à ce que l'on trouve chez les hommes. Ce sont surtout les indiennes qui jouissent d'une popularité importante chez les consommatrices féminines – ce qui confirme par ailleurs certaines intuitions de l'historiographie : ces étoffes représentent en effet 5 % des consommations masculines contre 15 % chez les femmes. Etoffes de prix souvent modeste, aux motifs variables d'une année sur l'autre, elles peuvent être fréquemment renouvelées. Même si les achats d'accessoires par les femmes ne sont pas plus massifs que chez les hommes (le *ratio* accessoires/étoffes dans les ventes est de 0,24 chez les hommes et de 0,19 chez les femmes), la consommation ne se porte pas sur les mêmes produits. Chez les femmes, les petits accessoires sont surreprésentés, qu'il s'agisse des

mouchoirs, des boutons ou plus encore des rubans. Il s'agit dans tous les cas de produits de prix modeste, employés pour l'ornementation des vêtements⁶⁷⁸.

La forte place des femmes dans les achats d'indiennes, tout comme celle dans les accessoires de vêtement, tendrait à confirmer l'idée d'une contribution importante de la clientèle féminine au marché de la mode. Ces produits permettent notamment de rafraîchir des vêtements, en leur donnant un aspect nouveau : la surreprésentation des femmes dans les achats de ces produits est donc à rapprocher de celle dans la clientèle des marchands de modes. En somme, l'étude sexuée des consommations laisse apparaître une surreprésentation des étoffes de haut prix chez les hommes – ce qui est à relier aux fonctions sociales qu'ils ont à remplir et à ce qu'ils doivent incarner – et une surreprésentation des accessoires vecteurs de la mode chez les femmes. En cela, le profil de la clientèle de Germain Empereur ne s'écarte guère des modèles de consommation dominants à l'époque.

3.3.3. La boutique et l'acculturation des femmes à la consommation

La participation des femmes à l'échange marchand va dans les faits bien au-delà du simple achat. En plus des clients et des bénéficiaires des achats, il faut tenir compte des visiteurs de la boutique, qui sont souvent des visiteuses. Un des principaux intérêts de la comptabilité de Germain Empereur réside dans la très grande diversité des informations portées sur les livres de compte, en particulier le livre-journal des ventes. Le marchand indique ainsi fréquemment qui vient récupérer les marchandises à la boutique, qui est le bénéficiaire de l'achat et comment le client est entré en contact avec lui.

L'essentiel de ses ventes consistent ainsi en marchandises « délivrées » au client, pour reprendre les termes employés dans le livre-journal. Vu l'extension de l'aire de vente, il n'est pas rare que des achats soient effectués par des particuliers pour le compte d'un autre : bien des clients ne se rendent pas à la boutique en personne, mais y font envoyer quelqu'un, femme, domestique, parent, ami voire habitant du même village : le 27 octobre 1752, M. Vuillaume de Mandres-aux-Quatre-Tours se ainsi fait acheter 13 aunes de pluches par un petit marchand de chez lui, un « cosson », venu à Pont-à-Mousson⁶⁷⁹. Il est ainsi fort possible que le rayonnement du marchand sur les environs de la ville, et même au-delà, soit pour une part assuré par des bourgeois de Pont-à-Mousson faisant des achats pour leurs proches. Marchand-drapier, la plupart des ventes qu'il effectuait étaient destinées à confectionner ou repriser un habit : il n'était donc pas rare de voir des tailleurs venir récupérer des marchandises pour le compte de leur client, quand ce n'est pas eux-mêmes qui faisaient l'achat. Le curé de Morville, M. Royer, se fait ainsi acheter le 11 octobre 1752 une aune de cadi noir et une demi-aune de futaine de France par son tailleur Ploice, à qui la marchandise est remise⁶⁸⁰. Il apparaît que dans bien des cas, ce sont des femmes qui viennent récupérer les achats des hommes, qu'il s'agisse de domestiques – souvent des servantes – ou d'épouses, notamment dans les milieux populaires.

⁶⁷⁸ La surreprésentation de ces produits explique d'ailleurs pourquoi le ratio accessoires/étoffes est plus faible que chez les hommes.

⁶⁷⁹ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 22.

⁶⁸⁰ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 8.

Ventes au détail	Nombre d'opérations de vente	Part (en %)
Marchandises remises en mains propres	469	51,9
Marchandises envoyées	38	4,2
Marchandises remises à une tierce personne	397	43,9
<i>dont remises à des hommes</i>	166	41,8
<i>dont remises à des femmes</i>	231	58,2
Ensemble	904	100,0

Femmes récupérant les marchandises en boutique		
Lien avec le client	Effectifs	Part (en %)
Epouses	140	60,6
Autres membres de la famille	Fille	32
	Mère	2
	Sœur	7
	Cousine	1
	Nièce	3
	Belle-sœur	2
	Belle-mère	1
	48	20,8
Servantes	21	9,1
Tailleuses	6	2,6
Autres femmes	16	6,9
Ensemble	231	100,0

Au-delà donc de la place modeste des femmes parmi la clientèle d'Empereur – qui est en cela assez proche des marchands-drapiers de son temps -, il existait une véritable acculturation des femmes à l'échange marchand et à la fréquentation de la boutique. Le fait de voir et toucher les objets en boutique, de transmettre et récupérer une commande, voire de négocier un crédit, était ainsi largement pratiqué par les femmes, y compris dans les milieux modestes. Cet ensemble d'expériences boutiquières partagées par nombre de femmes ouvre probablement la voie à l'expansion ultérieure de la consommation féminine.

Conclusion

La dynamique des marchés de consommation d'étoffes, d'accessoires de vêtement et de parures est due à la large participation des classes supérieures, mais aussi par celle des bourgeoisies urbaines et des paysans aisés. Nos observations remettent-elles donc en cause la thèse de la « révolution industrielle » ? Nous pensons surtout qu'elles invitent à restreindre son périmètre d'application à certains marchés de produits. En effet, la participation populaire, tant en volume global que par les achats individuels, aux marchés de consommation de vêtements, d'accessoires et de parures reste bien modeste, encore à la fin du XVIIIe siècle. En aucun cas la hausse de la durée du travail et, éventuellement, des revenus des ménages, n'ont entraîné d'achats massifs des classes populaires sur ces marchés, dont elles deviendraient les acteurs majoritaires (en nombre de consommateurs comme en quantités globales consommées). Il en va sans doute autrement des biens de consommation courante comme les produits alimentaires. Notre échantillon n'est pas très satisfaisant sur ce point, mais il suggère que les clientèles des épiciers se recrutaient massivement parmi les travailleurs des villes – tandis que les paysans, dans une mesure peut-être moindre, se procuraient eux aussi accès aux produits d'épicerie chez les marchands de village. Cela nous invite donc à formuler l'hypothèse d'un investissement différencié des marchés de produits par les classes populaires au XVIIIe siècle : important pour les biens d'équipement des

ménages et les denrées alimentaires, nettement plus modeste en ce qui concerne les vêtements et les accessoires⁶⁸¹.

Ces faits sont pourtant en soi considérables, car ils témoignent d'une participation, modeste mais réelle, des catégories populaires à une consommation de produits de large diffusion parmi les bourgeoisies urbaines et les strates supérieures de l'artisanat. Elles se trouvent par là même intégrées à un marché de consommation régionalement unifié. On ne peut pour autant conclure péremptoirement à la naissance d'une « culture de consommation », à laquelle les classes populaires participeraient. Le modèle d'un ajustement du temps de travail à un modèle de consommation stable reste sans doute encore largement répandu dans les classes populaires ; mais on ne peut nier que ce possible modèle de consommation inclut désormais un certain nombre d'accessoires de vêtements ou de parure.

Ces produits, nous avons vu dans la deuxième partie de ce travail qu'ils étaient soumis à d'importantes dynamiques de renouvellement. Alors que l'on relève un nombre important de produits stables sur tout le siècle, qui constituent d'ailleurs la plus grande part des fonds de boutique étudiés, beaucoup de modèles d'étoffes, d'accessoires ou de pièces de passementerie avaient une durée de vie courte, et disparaissaient quelques années après leur apparition. L'essor de la consommation au XVIIIe siècle a été largement associé par l'historiographie à l'avidité du public pour ces types de produits : la mode aurait eu un effet entraînant sur l'ensemble de la consommation, et aurait nourri les manufactures. Elle est dans une large mesure associée à la consommation féminine, qui aurait été largement sensible à ces innovations. Il convient donc ici d'étudier de plus près le rôle des femmes dans la consommation, et d'évaluer ainsi leur capacité à orienter la demande vers un renouvellement accru des marchandises offertes par les boutiques.

⁶⁸¹ Le travail d'Overton et de son équipe sur le sud-ouest de l'Angleterre entre le XVIe et le XVIIIe siècle rend plausible cette participation accrue des paysans et des classes populaires urbaines à la consommation de denrées alimentaires : les outils employés pour fabriquer les produits alimentaires disparaissent des inventaires après décès dans le cours du XVIIe siècle, ce qui suppose que bon nombre de produits de consommation courante sont désormais acquis dans les boutiques (Mark OVERTON, Jane WHITTLE, Darron DEAN and Andrew HANN, *Production and Consumption in English Households, 1600-1750*, Londres, Routledge, 2004).

Les marchands et leurs pratiques de commercialisation

Il ne nous importe pas seulement de connaître la ventilation sociale de la clientèle : il nous faut aussi déterminer comment les clients entraient en relation avec les boutiquiers. Les clients se rendaient-ils à la boutique un peu au hasard, du seul fait de leur proximité géographique avec celle-ci, ou bien le faisaient-ils pour d'autres raisons ? L'historiographie de la boutique au XVIII^e siècle laisse supposer le développement de nouveaux dispositifs commerciaux destinés à attirer la clientèle. Dans les plus grandes villes en particulier, les boutiquiers recouraient vraisemblablement de plus en plus au fil du siècle à des pratiques publicitaires destinées à attirer la clientèle, qu'il s'agisse d'annonces passées dans la presse, d'envoi de cartes commerciales ou de publicités plus ou moins déguisées apparaissant sur les en-têtes des lettres et des factures⁶⁸². Une autre manière d'attirer la clientèle aurait été de multiplier les dispositifs de séduction, destinés en particulier à attirer les clients (les clientes ?) les plus enclins à pratiquer le *shopping* : les boutiques – tout du moins celles de luxe et de demi-luxe – auraient ainsi veillé à mettre en scène la nouveauté et le luxe des produits qu'elles écoulaient⁶⁸³. Dans l'ensemble, on assisterait donc à une attention croissante portée à l'aménagement des boutiques pour les rendre attrayantes, même si cela se limite à certaines boutiques spécialisées dans les accessoires - notamment les boutiques de mode. Le modèle commercial censé apparaître au XVIII^e siècle reposerait ainsi sur une dépersonnalisation croissante de la relation marchande : le boutiquier chercherait à attirer une clientèle inconnue de lui en diffusant de manière massive des informations sur les marchandises vendues et les conditions de vente⁶⁸⁴. A cette indistinction de la clientèle correspond la pratique d'un prix fixe – qui suppose des clients indifférenciés.

L'autre aspect de la dépersonnalisation des relations commerciales entre boutiquiers et clients concerne les relations de crédit. Les analyses formulées en termes de crédit ont connu en histoire économique et sociale une fortune considérable ces vingt dernières années, cette notion étant notamment vue comme l'élément central des relations commerciales – tout particulièrement pour l'époque préindustrielle. La notion de crédit renvoie à celle de confiance : on n'avance de l'argent ou bien on accorde des délais de paiement plus ou moins longs qu'aux clients dont la solvabilité est assurée ou dont la bonne foi est avérée. Les effets de réputation sont donc constitutifs de la relation commerciale. Pour être accordée par un marchand, la confiance doit être fondée, prouvée voire éprouvée. Dans le cas des boutiques d'alimentation desservant une clientèle très localisée – par exemple les boulangers de quartier -, le contrôle de la fiabilité de la clientèle par le boulanger était aisé, dans la mesure où il s'agissait de voisins, avec qui les interactions étaient fréquentes et sur lesquels il était aisé de

⁶⁸² Matthieu DE OLIVEIRA, « Circulaires commerciales et réseaux négociants en Europe, fin XVIII^e-début XIX^e siècles » et Gérard GAYOT, « Du logo d'entreprise royale à la libre enseigne de magasin : la publicité pour les draps fins en France de 1646 à 1830 », in Dominique MARGAIRAZ et Philippe MINARD (dir.), *L'information économique XVI^e-XIX^e siècle*, Paris, CHEFF, 2008, respectivement aux pp. 93-113 et pp. 115-139.

⁶⁸³ Natacha COQUERY, *Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle : luxe et demi-luxe*, Paris, Editions du CTHS, 2011, pp. 261-300.

⁶⁸⁴ Arnaud BARTOLOMEI et Claire LEMERCIER (dir.), « Les commis-voyageurs, acteurs et témoins de la Grande Transformation' », *Entreprises et histoire*, 66, 2012.

s'informer⁶⁸⁵. Dans le cas du commerce à longue distance, il en allait forcément autrement. En l'absence de relations quotidiennes avec les clients ou les fournisseurs, les marchands tendaient à valoriser les relations de longue voire de très longue durée avec leurs fournisseurs ou leurs clients, qui permettaient d'éprouver la fiabilité des partenaires commerciaux. Les relations commerciales avec des clients privilégiés pouvaient ainsi durer – on l'a vu plus haut – des dizaines d'années, et se transmettre de génération en génération. Il s'agissait à proprement parler de relations de maison marchande à maison marchande, dont l'emploi du terme « d'ami » dans les correspondances venait consacrer la valeur et l'intensité. C'est ainsi qu'avant d'entrer en relation d'affaires avec une maison de commerce, les marchands ou les banquiers tâchaient de s'informer auprès d'autres marchands de la place sur la fiabilité de la maison.

Du point de vue de l'histoire de la boutique, le XVIIIe siècle serait ainsi marqué par la tension entre deux types de relations commerciales : les rapports marchands fortement ancrés dans un ensemble d'interactions sociales largement extra-commerciales seraient ainsi concurrencés et progressivement battus en brèche par des relations commerciales de plus en plus dépersonnalisées. On peut se demander cependant dans quelle mesure ces tendances à la dépersonnalisation se retrouvent en-dehors des grandes cités comme Paris ou Londres, ou tout du moins des villes les plus importantes, où l'interconnaissance des habitants était faible du fait de la taille de la localité : autant les marchands avaient besoin de se faire connaître dans les grandes agglomérations pour attirer de nouveaux clients, autant les effets de réputation locaux étaient sans doute suffisants dans les petites villes et les gros bourgs. De plus, la surveillance de la fiabilité de la clientèle rendue possible par les interactions nombreuses et diversifiées entre marchands et clients est possible dans des localités de petite taille. Nous nous proposons ici de prendre la mesure des tendances modernes à la dépersonnalisation progressive des relations commerciales dans la Lorraine du XVIIIe siècle, en étudiant la diffusion des techniques de conquête de la clientèle comme l'insertion d'annonces dans les journaux et l'ornementation de la boutique. Après avoir constaté la faible diffusion de ces pratiques en dehors des grandes villes et de certaines branches spécialisées de commerce – en particulier le commerce des marchandises de modes ou des biens de consommation durables soumis à renouvellement fréquent –, nous allons étudier les modes de recrutement et de fidélisation de la clientèle dans les boutiques de type « ancien ». Nous nous appuyons pour ce faire sur l'exemple de la boutique de Germain Empereur.

1. Les tendances à la dépersonnalisation de la relation commerciale dans la Lorraine du XVIIIe siècle

La dépersonnalisation de la relation commerciale est associée à l'extension de la clientèle au-delà de la sphère familiale du quartier ou des relations personnelles proches. Ces pratiques ont pris plusieurs formes. L'historiographie du commerce de détail suggère que tout au long du XVIIIe siècle, les marchands d'étoffes ou d'accessoires de vêtements ont entrepris de rendre leurs boutiques plus attractives, en vue de séduire le chaland et d'attirer une clientèle la plus large possible⁶⁸⁶. Dans certains quartiers, en particulier les plus fréquentés par les passants, les marchands se sont efforcés de soigner la présentation de leur devanture et l'aspect général de leurs boutiques. A partir des années 1750, les boutiques de luxe et de demi-luxe, en particulier celles qui vendent des marchandises à la mode, deviennent de mieux

⁶⁸⁵ Anne MONTENACH, *Espaces et pratiques du commerce alimentaire à Lyon au XVIIe siècle*, Grenoble, Presses Universitaires, 2009.

⁶⁸⁶ Carolyn SARGENTSON, *Merchants and Luxury Markets: the marchands-merciers of Eighteenth-Century Paris*, Londres, Victoria and Albert Museum, 1996.

en mieux agencées – et sont censées passer pour des lieux d’incitation à la consommation⁶⁸⁷. Cela passe par l’équipement en miroirs, par l’importance apportée à la lumière et à l’éclairage, en vue de faire ressortir des couleurs des vêtements. On sort de la simple propreté et rigueur bourgeoise des intérieurs, pour passer à l’agrément : c’est un nouveau rapport à la consommation qui se matérialise ainsi⁶⁸⁸. L’essor de la presse, singulièrement à partir des années 1760, aurait par ailleurs fourni aux marchands un nouveau moyen d’attirer la clientèle : dans ce nouvel espace public de papier, il aurait ainsi été possible de déployer de nouvelles stratégies de séduction. Ces observations concernent cependant essentiellement les grandes villes, qu’il s’agisse de grandes cités comme Londres et Paris, ou encore des capitales provinciales. Dans quelle mesure se retrouvent-elles en-dehors des plus grandes villes ? Est-il possible de discerner un retard dans la diffusion de ces nouvelles pratiques en province ?

1.1. L’attractivité des boutiques dans la Lorraine du XVIIIe siècle : un retard ?

1.1.1. Comment étudier la décoration et l’agencement des boutiques ?

La seule documentation systématique portant sur l’agencement et la décoration des boutiques sont les inventaires de faillite. Lors de la confection de ce document, tout comme dans les inventaires de tutelle et curatelle ou comme les inventaires après décès, les jurés-priseurs présentent les opérations auxquelles ils procèdent, le temps qu’ils y consacrent et les lieux où elles se déroulent. On dispose ainsi dans les inventaires de faillite d’une description succincte du lieu d’installation de la boutique – en général accolé au lieu de résidence du marchand. Il est très rare que les inventaires décrivent les boutiques avec suffisamment de précision pour indiquer si elles sont dotées d’une vitrine, si elles ouvrent sur la rue ou comment elles sont agencées. Les accessoires de boutique sont cependant coutumièrement considérés comme des marchandises commerciales, et sont à ce titre inclus dans les stocks à la fin de chaque inventaire des marchandises. On trouve ainsi chez presque tous les marchands des balances, des poids, des verges destinées à mesurer les longueurs, ainsi parfois que des mesures de capacité. Sont également recensés les accessoires d’équipement ou de décoration des intérieurs, comme les comptoirs, les étagères, les rideaux ou encore les miroirs. L’absence d’une pièce spécifiquement dédiée aux opérations de vente – qualifiée en Lorraine de « boutique » - est un indice de la pratique d’un commerce ambulants, tout comme la présence d’une « balle » (sac à dos) dans le relevé des marchandises. Il se peut par ailleurs fort bien que des marchands ruraux de petite envergure aient cumulé les ventes en boutique avec les ventes par le pays lors de tournées plus ou moins longues – sans que les indices de ces voyages dans les environs se retrouvent dans les inventaires. Mis à part donc pour les purs marchands ambulants, les inventaires ne nous permettent que des conjectures sur les pratiques de commercialisation des marchands étudiés.

⁶⁸⁷ Maxine BERG et Helen CLIFFORD (dir.), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, University Press, 1999 ; Maxine BERG et Elizabeth EGER (dir.), *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods*, Basingstoke, Palgrave, 2003 ; Jon STOBART, “Shopping streets as social space: leisure, consumerism and improvement in an eighteenth-century county town”, *Urban History*, XXV, 1, 1998, pp. 3-21 ; Claire WALSH, “Shop Design and the Display of Goods in Eighteenth-Century London”, *Journal of Design History*, 1995, 8, pp. 157-176 ; Andrew HANN & Jon STOBART “Sites of Consumption: the Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England”, *Cultural and Social History*, 2004, 1/3, pp. 1-23.

⁶⁸⁸ Natacha COQUERY, « Mode, commerce, innovation : la boutique parisienne à la fin du XVIIIe siècle. Aperçu sur les stratégies de séduction des marchands parisiens de luxe et de demi-luxe », in Anne-Françoise GARCON & Liliane HILAIRE-PEREZ (éd.), *Les chemins de la nouveauté : innover, inventer au regard de l’histoire*, Paris, Editions du CTHS, 2003, pp. 187-206 ; Sophie DESCAT, « La boutique magnifiée. Commerce de détail et embellissement à Paris et à Londres dans la seconde moitié du XVIIIe siècle », *Histoire urbaine*, n° 6, décembre 2002, pp. 69-86.

Nous nous proposons ici de mener une étude systématique, dans le temps, des pratiques d'ornementation de la boutique. Nous disposons, comme vu précédemment, d'inventaires de faillite pour trois césures temporelles – 1715-1730 ; 1740-1755 ; 1780-1785. Ceux de la première césure sont généralement réalisés par les marchands faillis eux-mêmes, et se bornent à inventorier les marchandises - exclusion faite des accessoires de boutique. L'habitude de les porter à l'inventaire se développe dans les années 1730, à partir du moment où les inventaires commencent à être dressés par des commissaires nommés par la Juridiction Consulaire : ces documents s'apparentent alors dans leur forme à des inventaires après décès. C'est donc à partir de la deuxième césure que ces documents peuvent être pleinement employés pour l'étude que nous menons.

Les inventaires étudiés concernent des boutiques aux degrés de spécialisation variés, installées dans des localités de toutes tailles. Nous allons mener cette étude pour les boutiques d'étoffes et d'accessoires de vêtement, qui sont les plus représentées dans notre échantillon, et qui correspondent à ce qui était vraisemblablement la principale branche du commerce de détail de cette époque en termes de montant des transactions. Cette branche était en outre particulièrement sensible aux effets de mode et au renouvellement des marchandises : pour écouler leurs stocks le plus rapidement possible, ces marchands avaient tout intérêt à attirer la clientèle la plus large et la plus diversifiée. Il est donc vraisemblable – et cela est conforme aux données de l'historiographie – que les boutiques d'étoffes et d'accessoires aient été les plus promptes à adopter les pratiques de séduction de la clientèle. La ventilation temporelle, spatiale et fonctionnelle des boutiques d'étoffes (qu'il s'agisse de marchands généralistes ou de marchands drapiers) est la suivante.

Types de marchands	1740/1755			1775/1790		
	Villes	Bourgs	Campagnes	Villes	Bourgs	Campagnes
Marchands-drapiers	30	2	0	17	6	16
Merciers-épiciers	2	0	0	6	2	0
Merciers	0	0	1	13	0	2
Marchands de modes	0	0	0	9	0	0

Notre objectif est de déterminer quels types de boutiques cherchent à être attractives pour la clientèle, à partir de quand et dans quels types de localités. Ces pratiques sont-elles tardives ou bien apparaissent-elles dès le début du siècle ? Sont-elles limitées aux villes, en particulier à Nancy, ou bien sont-elles fréquentes jusque dans des localités bien plus modestes ? Sont-elles l'apanage des boutiques les plus spécialisées, notamment des marchands de modes, ou bien concernent-elles tous les commerçants ? En définitive, ces pratiques modernes destinées à élargir la clientèle sont-elles de large diffusion, ou encore confinées dans certains secteurs géographiques ou fonctionnels ?

La question se pose du choix des critères permettant de déterminer si une boutique s'efforce ou non d'être attractive. Les études menées sur la disposition et l'agencement de la boutique montrent que l'attractivité passait par la qualité et l'ordre des rangements, par l'exposition de la marchandise au public (dans des étagères, des verrières ou encore évidemment des vitrines), par le soin accordé à l'éclairage et à la luminosité (grâce à des lampes, mais aussi à des miroirs permettant de refléter la lumière du jour) ou encore par

l'ajout d'ornements divers – guirlandes, accessoires, etc. Dans les inventaires mentionnés plus haut, nous allons étudier la présence 1) d'un comptoir ; 2) d'armoires ou de coffres ; 3) de rayonnages ; 4) de présentoirs de verre ; 5) de rideaux ; 6) de miroirs ; 7) d'autres meubles ; 8) d'autres objets de décoration. La présence d'un comptoir est le signe que la boutique est un espace spécifique, distinct d'une pièce de logis : elle est un premier dispositif commercial permettant de « faire boutique » et d'exposer des marchandises – en dépliant des étoffes, par exemple. L'armoire ou le coffre sont pour leur part des moyens de rangement qui ne permettent pas d'exposer la marchandise : on peut considérer que leur présence dans la boutique comme seul moyen de rangement est une forme d'archaïsme, le marchand ne rendant pas les produits visibles, préférant les sortir au gré des demandes. A l'inverse, les rayonnages permettent d'exposer les produits à la vue des clients. Les présentoirs de verre, objets élégants, montrent quant à eux que la boutique fait le choix d'un certain raffinement dans l'exposition des marchandises. Le soin accordé à la présentation de la boutique se manifeste également dans la présence d'autres meubles – par exemple des fauteuils permettant aux clients de s'asseoir pour observer les produits. Enfin, les miroirs et autres objets de décoration peuvent contribuer à rendre les boutiques plus lumineuses et plus attractives. Nous avons calculé la part de chacun de ces *items* dans l'ensemble des inventaires étudiés, pour les années 1740-1755 et pour les années 1775-1790. Nous avons ensuite distingué les boutiques selon leur lieu d'installation.

1.1.2. Des stratégies d'attractivité très localisées fonctionnellement et géographiquement

Tant au milieu qu'à la fin du siècle, les boutiques se caractérisaient par la très grande sobriété de leur équipement intérieur. Le seul élément de distinction entre la boutique et les autres pièces du logis tient à la présence de meubles spécifiques : les comptoirs et les rayonnages. Apparemment, ces deux équipements suffisent souvent à donner un aspect de boutique aux pièces occupées.

1740/1755 : 35 marchands	Comptoir	Armoires et coffres	Rayonnages	Présentoirs de verre	Rideaux	Miroirs	Autres meubles	Objets de décoration
Présence des équipements	26	15	22	6	2	2	16	3
Fréquence	0,74	0,43	0,63	0,17	0,06	0,06	0,46	0,09

1775/1790 : 71 marchands	Comptoir	Armoires et coffres	Rayonnages	Présentoirs de verre	Rideaux	Miroirs	Autres meubles	Objets de décoration
Présence des équipements	51	32	39	21	10	7	33	13
Fréquence	0,72	0,45	0,55	0,30	0,14	0,10	0,46	0,18

Encore faut-il noter que ce type de mobilier n'est pas universel. Au milieu du XVIII^e siècle, bien des marchands conservent leurs marchandises dans des coffres ou des armoires, mais ne les exposent pas au public dans des rayonnages. C'est le cas également à la fin du XVIII^e siècle de beaucoup de marchands ruraux, qui ne disposent bien souvent même pas de comptoir !

1775/1790 : 26 marchands ruraux	Comptoir	Armoires et coffres	Rayonnages	Présentoirs de verre	Rideaux	Miroirs	Autres meubles	Objets de décoration
Présence des équipements	14	20	14	1	0	0	8	5
Fréquence	0,54	0,77	0,54	0,04	0,00	0,00	0,31	0,19

Cette absence d'équipement commercial élémentaire chez bien des marchands suggère que nombre d'entre eux ne tenaient pas boutique, mais pratiquaient un commerce ambulante – quand bien même cela n'apparaissait pas dans leur désignation. Il se peut également que la pratique commerciale habituelle dans les campagnes ait été de se rendre chez les marchands non pour contempler la marchandise, mais pour demander conseil – auquel cas le marchand ne présentait que la marchandise correspondant à la demande du client. On est quoi qu'il en soit, tout du moins dans les campagnes, très loin de boutiques attractives à l'aménagement élégant. Même chez les marchands ruraux tenant boutique, le mobilier était souvent de bric et de broc – tables assemblées faisant fonction de comptoir, tréteaux en lieu et place de rayonnages -, et souvent assez ancien. L'incitation à la consommation découlait donc plus de la qualité de l'offre proposée que de la mise en place de dispositifs de séduction.

Les évolutions dans la seconde moitié du siècle sont à cet égard limitées. On note cependant la diffusion dans les villes des verrières, permettant d'exposer à la vue du client un certain nombre de produits de petite taille : rubans, boutons, petits accessoires voire échantillons d'étoffes. Cela constitue une forme – modeste – d'incitation à la consommation et d'ornementation de la boutique concourant à son attractivité. Les seules boutiques où l'effort d'ornementation était réel, et pour lesquelles il n'est pas excessif de parler de stratégies d'attractivité étaient en fait celles des marchands de modes.

1775/1790 : 9 marchands de modes	Comptoir	Armoires et coffres	Rayonnages	Présentoirs de verre	Rideaux	Miroirs	Autres meubles	Objets de décoration
Présence des équipements	7	5	1	6	2	6	7	4
Fréquence	0,78	0,56	0,11	0,67	0,22	0,67	0,78	0,44

On y trouvait en effet des miroirs, qui éclairaient l'intérieur de la boutique tout en permettant aux clients d'admirer l'effet sur eux de nouvelles parures, mais aussi des sièges et différents meubles destinés à rendre le lieu élégant. Les seuls cas mentionnés de gravures ornant l'intérieur de boutiques se retrouvent d'ailleurs chez des marchands de modes.

Dans l'ensemble, les innovations commerciales dans la disposition des boutiques étaient encore très timides à la fin du XVIII^e siècle, et ne se retrouvaient que dans les branches les plus tournées vers la mode et le renouvellement rapide des marchandises. A l'innovation dans les produits vendus correspondait donc celle dans les techniques de commercialisation ? De fait, les boutiques de modes ou de marchandises à renouvellement rapide étaient également les plus enclines à recourir aux annonces commerciales.

1.2. Le recours à la publicité commerciale

Si les transformations dans l'ornementation de la boutique sont sans doute les innovations les plus efficaces pour attirer le chaland, le recours à la publicité commerciale ne doit pas être négligé pour autant. Prendre la mesure du succès auprès des marchands lorrains de ce nouveau moyen de diffusion de l'information commerciale peut nous renseigner sur les branches du commerce les plus innovantes en matière de techniques de vente⁶⁸⁹. Étaient-ce là encore les marchands de modes et de nouveautés ?

1.2.1. Le recours des marchands aux annonces dans la presse : ampleur et objectifs

Une presse locale paraissait avec plus ou moins de régularité dans les deux grandes cités de l'espace lorrain : Metz et Nancy. A Metz, plusieurs publications existent à partir des années 1760 sous le nom d'*Affiches* : les *Affiches de Metz : feuille périodique* apparues en 1765 prennent en 1766 le nom d'*Affiches d'Austrasie : feuille hebdomadaire*, quelques mois avant leur disparition⁶⁹⁰. Une nouvelle publication tente de reprendre leur place à partir de 1770, qui prend les noms successifs d'*Affiches de Lorraine* (de 1770 à 1772), d'*Affiches, annonces, et avis divers pour les Trois-Evêchés et la Lorraine* (de 1773 à 1778) et enfin d'*Affiches des Evêchés et Lorraine* (de 1779 à 1790)⁶⁹¹. A Nancy, l'apparition des journaux est nettement plus tardive. La première publication régulière est le *Journal de Lorraine et Barrois*, qui fournit quelques livraisons en 1778. Le *Journal de Nancy : feuille d'annonces*

⁶⁸⁹ Clemens WISCHERMANN et Elliott SHORE (éd.), *Advertising and the European City. Historical Perspectives*, Aldershot, Ashgate, 2000 ; Maxine BERG & Helen CLIFFORD (dir.), "Selling consumption in the eighteenth century: advertising and trade card in Britain and France", *Cultural and Social History*, IV, 2, 2007, pp. 9-34.

⁶⁹⁰ BM Nancy, 755 211

⁶⁹¹ BM Nancy, 755 211

prend la suite brièvement de 1779 à 1781 : il est remplacé par le *Journal Littéraire de Nancy* qui paraît de 1782 à 1787⁶⁹². De toute évidence, les feuilles de Lorraine ducal n'ont pas la même ambition, ni la même destination que celles des Evêchés : le *Journal de Nancy* a des prétentions, sinon une vocation, intellectuelles et littéraires. Les quelques annonces publicitaires que l'on y trouve sont passées par des libraires, des maîtres de langue ou de danse, ou encore des artistes lançant une souscription pour la réalisation d'une œuvre. Dans les faits, la seule publication insérant des annonces commerciales paraît à Metz. Destinée à desservir l'ensemble de la Lorraine, elle est essentiellement tournée vers les Trois-Evêchés, si l'on en juge par le recrutement géographique des annonceurs, les deux tiers étant originaires de Metz ou des environs. La publication hebdomadaire de levées d'hypothèques dans les bailliages des Duchés suggère cependant que les *Affiches* y étaient lues.

La diffusion de ces feuilles d'avis était sans doute très restreinte. Tout indique en effet que le lectorat des *Affiches* de province était limité : selon leur historien, dans les années 1770-1780, leur tirage était généralement compris entre 100 et 700 exemplaires, et ne dépassait les 1000 exemplaires que dans les plus grandes villes comme Lyon, Nantes ou Rouen⁶⁹³. Même en admettant que leur lectorat ait été démultiplié par les sociétés de lecture, Gilles Feyel retient le nombre réduit de quatre à six lecteurs par exemplaire : les *Affiches de Metz* n'étaient donc pas lues par plus de 4.000 personnes, soit environ 1 % de la population des Evêchés et 0,4 % de la population des espaces lorrains⁶⁹⁴. L'efficacité de ce moyen de diffusion de l'information commerciale est bien évidemment limitée, puisqu'il ne touchait que le public lettré et lisant régulièrement les périodiques accueillant les annonces : le lectorat de la presse ne devait donc pas dépasser les classes dominantes et la bourgeoisie. Ces populations formant une part importante de la population solvable, les toucher prioritairement ne saurait pourtant être inutile – d'autant plus que leur prestige auprès des populations de rang inférieur en faisait des catégories sociales prescriptrices en termes de consommation.

Selon Guy Saupin, qui a étudié les *Affiches* de Tours, d'Angers et de Nantes, les principales catégories commerciales recourant aux annonces publicitaires étaient les marchands de modes, de nouveauté ou de luxe⁶⁹⁵. S'adressant à un public de consommateurs sans doute assez étroit et proposant des marchandises qui n'étaient pas stables – car soumises à un renouvellement fréquent – elles souhaitaient étendre leur clientèle au-delà de leur localité d'installation. On peut en outre penser qu'il leur était indispensable de faire connaître les nouveaux produits qu'elles écoulaient – ce qui était une contrainte liée à la spécialisation commerciale qu'ils avaient choisie. Les marchands de modes ou de nouveautés commercialisaient en effet non pas des produits stables, mais des marchandises à renouvellement fréquent. Les marchands vendant des produits stables – connaissant peu de modifications sur le siècle – n'avaient pas besoin de faire la publicité de leurs marchandises : il leur fallait plutôt jouir d'une réputation de compétence, et être connu pour choisir les plus belles marchandises. A l'inverse, les marchands de nouveautés devaient faire connaître le

⁶⁹² BM Nancy, 760 465

⁶⁹³ Gilles FEYEL, « Négoce et presse provinciale en France au XVIII^e siècle : méthodes et perspectives de recherche », Franco ANGIOLINI et Daniel ROCHE (dir.), *Cultures et formations négociantes dans l'Europe moderne*, Paris, Editions de l'EHESS, 1995, p. 456.

⁶⁹⁴ FEYEL, « Négoce et presse provinciale en France au XVIII^e siècle », p. 458 ; WISCHERMANN et SHORE (ed.), *Advertising and the European City*, pp. 96-112 ; Heidrun HOMBURG, « A la recherche du 'consommateur', information-nouveautés-normes : les petites annonces à Paris et Leipzig 1750/1850 », in Jacques BOTTIN et Monique PELLERIN (éd.), *Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle*, *Revue du Nord*, Hors-série n° 12, 1996, pp. 171-178.

⁶⁹⁵ Guy SAUPIN, « Pratiques publicitaires dans les métiers du luxe dans trois villes provinciales de l'ouest de la France dans la seconde moitié du XVIII^e siècle », in Bruno BLONDE, Eugénie BRIOT, Natacha COQUERY et Laura VAN AERT (éds), *Retailers and Consumer Changes in Medieval and Early Modern Europe*, Tours, Presses Universitaires François Rabelais, 2005, pp. 103-124 (p. 104).

produit nouveau et en populariser l'originalité supposée au-delà des clients habituels de la boutique – ce en quoi leur réputation personnelle ne pouvait suffire. Nous nous proposons dans les lignes qui suivent d'étudier l'utilisation que faisaient les marchands des *Affiches* de Metz. Dans le cas lorrain, quels étaient les marchands qui inséraient des avis dans ces publications ? Quelles étaient leurs spécialisations et quel intérêt y trouvaient-ils ? Les observations valables pour l'ouest de la France se retrouvent-elles en Lorraine ? Ne faudrait-il pas dresser des modèles régionaux de recours des marchands aux feuilles d'*Affiches* ?

Nous allons étudier ici le recours des marchands à ces moyens de communication de manière simple : nous allons relever leur proportion dans les annonces passées dans les *Affiches* de Metz entre 1780 et 1785, reprenant ici la dernière césure choisie pour l'étude des inventaires de faillite. En plus de calculer un pourcentage des annonceurs marchands dans l'ensemble des annonceurs, nous allons également étudier la place que prenaient ces annonces dans les *Affiches* : il se peut en effet qu'une livraison ne compte qu'un marchand sur 30 annonces, mais que l'annonce du marchand représente à elle seule un tiers de page. Ainsi donc, les marchands pourraient bien n'avoir qu'un recours numériquement limité aux *Affiches*, mais extrêmement visible. Nous allons enfin nous demander quelles spécialisations marchandes étaient les plus représentées. Pour chaque numéro, nous allons relever le nombre d'annonces, le nombre d'annonces de marchands, la spécialité et le lieu de résidence de ceux-ci, ainsi que la taille des annonces insérées (que nous rapportons ensuite à la taille de chaque numéro des *Affiches*).

1.2.2. Le recours modeste des marchands lorrains aux *Affiches*

Un mode de diffusion de l'information commerciale faiblement employé

Le nombre d'annonces de marchands paraissant dans les *Affiches* est faible, oscillant suivant les années entre 2 et 5 % des annonces publiées. La proportion est comparable si l'on prend en considération l'espace occupé par ces annonces dans les différentes livraisons.

Années	Annonces		Lignes	
	Nombre	Proportion (en %)	Nombre	Proportion (en %)
1781	32	4,4	297	4,8
1782	13	2,3	115	2,2
1783	30	4,3	357	5,2
1784	27	3,4	216	2,9
1785	28	3,2	210	2,6

Comme le notait Gilles Feyel, ces publications étaient surtout employées par les particuliers cherchant à vendre des biens en leur possession. Dans chaque numéro des *Affiches*, au moins la moitié des annonces concernait des biens immobiliers à vendre ; près du cinquième des annonces concernait des domestiques cherchant à se placer, ou des particuliers

proposant leurs services. La publicité marchande était donc rare. Elle n'en est que plus intéressante, car elle correspond à des stratégies délibérées de la part de marchands en vue de placer leurs marchandises. On a donc vraiment à faire à une innovation de procédé de la part de commerçants, qui emploient des moyens modernes de communication pour faire connaître leurs stocks.

Pourquoi recourir à la publicité commerciale ?

L'insertion d'annonces dans les *Affiches* est d'autant plus rare qu'elle est le fait d'un nombre assez restreint de marchands. Les 130 annonces publiées par des commerçants entre 1781 et 1785 ne l'ont ainsi été que par 81 marchands différents. Il convient tout d'abord de faire la part des marchands extérieurs à la province et des marchands lorrains : les premiers, au nombre de huit, passent ainsi 14 annonces, soit plus de 10 % de l'ensemble. On ne trouve donc que 73 marchands lorrains à passer des annonces – la plupart étant messins. Parmi eux, les marchands d'accessoires de parures, d'équipements intérieurs ou encore d'épicerie étaient surreprésentés ; à l'inverse, les marchands généralistes étaient minoritaires. Le tableau suivant donne la ventilation des annonceurs des cinq années étudiées selon la désignation qu'ils se donnent.

Spécialités	Marchands		Annonces	
	Nombre	Fréquence	Nombre	Fréquence
Marchands sans spécification	15	0,19	24	0,18
Marchands ambulants sans spécification	4	0,05	5	0,04
Marchands fabricants d'étoffes	7	0,09	7	0,05
Marchands de modes	8	0,10	13	0,10
Marchands d'accessoires de parure	7	0,09	11	0,08
Marchands parfumeurs	1	0,01	4	0,03
Marchands de porcelaine, de cristal et de faïence	8	0,10	12	0,09
Marchands d'accessoires d'équipement des intérieurs	13	0,16	19	0,15
Marchands épiciers	8	0,10	15	0,12
Marchands fleuristes	1	0,01	3	0,02
Marchands libraires	6	0,07	14	0,11
Revendeurs	2	0,02	2	0,02
Marchands de bois	1	0,01	1	0,01
Total	81	1,00	130	1,00

Dans l'ensemble, les secteurs où les effets de mode sont les plus puissants sont nettement surreprésentés parmi les annonceurs : nos observations rejoignent ainsi celles de Gilles Feyel ou de Guy Saupin pour l'ouest de la France⁶⁹⁶. Cette surreprésentation s'explique sans doute par les caractéristiques propres au marché des accessoires de vêtements – notamment les marchandes de modes - ou des *new items* - comme la faïence : étroitesse relative des milieux de consommation, renouvellement fréquent des marchandises vendues, sensibilité des marchands aux pratiques commerciales les plus innovantes. Le recours à l'annonce est en effet le moyen de faire connaître les marchandises nouvelles et de susciter ou entretenir le goût du renouvellement des produits. Il est même d'autant plus impérieux d'inciter au renouvellement que le marché de consommation est étroit ! Significativement, les insertions d'annonces sont très fortes en avril et début mai, juste avant que ne débute la foire de Metz⁶⁹⁷. Les annonces insérées avant la foire représentent ainsi à elles seules 30 % du total – proportion équivalente chez les marchands messins ou extérieurs à la ville.

Annonces concernant la foire de Mai	1781	1783	1784	1785	Ensemble
Messins	8	4	6	6	24

Provenance des marchands	Annonces pour la foire de Mai	Ensemble des annonces	Proportion des annonces pour la foire de Mai (en %)
Messins	24	86	27,9
Autres	11	31	35,5

C'est au moment du plus fort risque d'engorgement des marchés que le recours aux annonces est le plus important. Pour le surmonter, les marchands en appellent justement à la nouveauté des produits proposés. Le tableau suivant synthétise le contenu des 130 annonces commerciales parues entre le 1^{er} janvier 1781 et le 31 décembre 1785.

⁶⁹⁶ FEYEL, « Négoce et presse provinciale en France au XVIII^e siècle », p. 499 à 501.

⁶⁹⁷ FEYEL, « Négoce et presse provinciale en France au XVIII^e siècle », p. 502.

Contenu des annonces	1781	1782	1783	1784	1785	Total	
						Annonces	Part (en %)
Renouvellement des stocks	6	1	5	6	4	22	16,9
Produits d'appel	5	4	8	10	8	35	26,9
Innovation de produits	7	2	0	2	1	12	9,2
Présentation des stocks	8	6	15	9	14	52	40,0
Installation/déménagement	5	0	1	0	1	7	5,4
Soldes	1	0	1	0	0	2	1,5
Total	32	13	30	27	28	130	100,0

Dans plus du quart des annonces, les marchands mettent en avant la nouveauté des produits qu'ils vendent, qu'il s'agisse d'innovations de produits – ou supposées telles – ou de nouveaux arrivages⁶⁹⁸. Par ailleurs, dans les 40 % d'annonces où les marchands présentent leurs stocks, ils rappellent fréquemment que leurs marchandises sont « à la dernière mode »⁶⁹⁹. A cet égard, et particulièrement en matière d'accessoires de vêtement, la référence à Paris est omniprésente : l'origine « parisienne » des objets à la dernière mode est un gage de qualité et de goût. Parmi les stratégies boutiquières qui se déployaient à travers l'annonce, celle du produit d'appel occupe une bonne place. Les marchands généralistes mettaient ainsi fréquemment en avant un certain nombre de marchandises rares ou de grande qualité, censées leur attirer une nouvelle clientèle en plus de l'ordinaire. Ainsi, à côté d'une stratégie d'intensification du désir de consommer, se déployaient des techniques d'élargissement de la clientèle des boutiques les moins spécialisées ou les moins tournées vers les nouveautés⁷⁰⁰.

Les techniques de commercialisation les plus innovantes étaient encore à la toute fin du XVIIIe siècle très peu répandues dans l'espace lorrain. Elles ne touchaient en vérité que certaines branches, celles tournées vers le commerce des nouveautés. Outre une certaine prédisposition à l'innovation, les marchands de nouveautés étaient en un sens contraints d'employer les techniques nouvelles d'attraction commerciale ou de diffusion de

⁶⁹⁸ « Le sieur JACOBI, nouvellement arrivé à Nancy, vend de petites chandelles de nuit d'invention hollandaise, qui n'ont jamais paru en France, et qui brûlent 24 heures sans faire de fumée et sans incommoder les malades. Il vend en outre un liquide propre à noircir les souliers et bottes sans salir les bas et à noircir les harnais, les carrosses, les bureaux et autres meubles garnis de cuir (...) » (Id., p. 243, 4 août 1785).

⁶⁹⁹ Exemple d'une annonce du 7 avril 1785 : « Chez la Demoiselle LOUVET, marchande de modes, Place Saint-Jacques à Metz, venant de Paris, toutes sortes d'ouvrages de son état, consistant en bonnets, chapeaux, fichus, plumes de toutes couleurs, rubans, dentelles, blondes, mantelets, gazes, etc. le tout dans le nouveau genre » (p. 105).

⁷⁰⁰ Id., 1^e décembre 1785, p. 379, « le Sieur COLLIN-MORAND, rue Fournirue, à Metz, outre ses marchandises ordinaires, vend de la poterie à la Reine, aussi belle que de la porcelaine, et qui souffre le feu » ; id., id., p. 378 : « Chez le Sieur CYROT, marchand, près de la Fontaine Saint-Jacques à Metz, de la moutarde très fine de la composition de Najon de Dijon, à différents prix ; un bel assortiment en mercerie, quincaillerie, rubans, bas de soie, taffetas noir, linon, etc. ; du vin de Bourgogne à 18 s. la bouteille ».

l'information : vendant des produits pas ou peu connus, il leur était indispensable de les faire connaître. La masse des marchands devait cependant se contenter de capitaliser sur sa renommée pour attirer le chaland. A travers l'exemple de Germain Empereur, nous nous proposons de mettre ici en évidence les modes de construction et d'entretien des effets de réputation chez les marchands.

2. Le recrutement de la clientèle : effets de réputation et relations interpersonnelles

Le modèle dépersonnalisé d'attraction de la clientèle est comme on l'a vu encore balbutiant en Lorraine à la fin du XVIII^e siècle. Dans les faits, les marchands constituaient leur clientèle par une combinaison de proximité géographique et d'effets de réputation. La bonne tenue des comptes de Germain Empereur, en particulier de son journal des ventes, nous permet d'étudier finement le recrutement social et géographique de sa clientèle, ainsi que les types de relations qu'il entretenait avec elle.

2.1. L'aire de recrutement de la clientèle : un modèle non-christallérien de rapport à la boutique

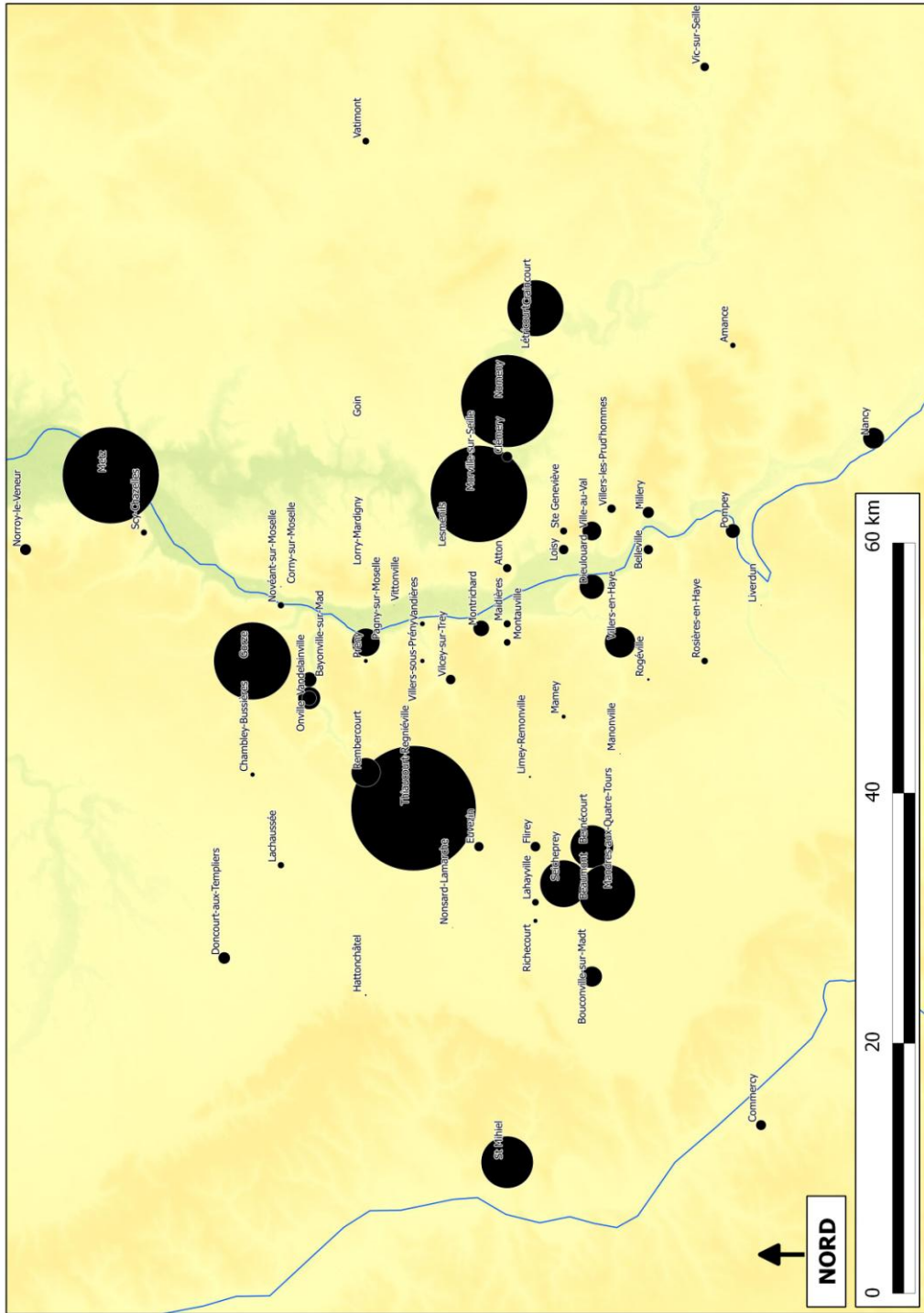
Le recrutement géographique de la clientèle peut s'étudier à partir des indications des lieux de résidence données par Germain Empereur. Dans la plupart des cas, le lieu de résidence des clients est indiqué sur le livre-journal des ventes. Pour certains clients très fidèles disposant de comptes, le lieu de résidence n'est toutefois indiqué que dans le grand livre. L'étude de la ventilation géographique de la clientèle entre le 1^{er} octobre 1752 et le 30 septembre 1753 est possible pour près de 350 clients sur 430, représentant environ 35.000 liv. l. de ventes au détail (opérations financières comprises). On peut donc considérer que l'image de la clientèle d'Empereur ainsi donnée est satisfaisante. Il se peut cependant que l'absence de mention du lieu de résidence vaille surtout pour les habitants de Pont-à-Mousson, et qu'à l'inverse, la mention du domicile soit systématique pour les clients extérieurs à la ville : dans ce cas, notre étude sous-estimerait la part de la clientèle mussipontaine dans l'ensemble. L'image de l'extension géographique de la clientèle reste cependant recevable. Si l'on reprend les limites géographiques employées dans le chapitre précédent (8 km, 15 km, 30 km), la ventilation est la suivante.

Ventilation géographique des ventes	Montant des ventes (en liv. l.)	Pourcentage des ventes
Pont-à-Mousson et environs	18326,47	54,1
Jusqu'à 8 km de la ville	789,74	2,3
Entre 8 et 15 km de la ville	3640,6	10,7
Entre 15 et 30 km de la ville	8487,99	25,0
Plus de 30 km de la ville	2644,62	7,8

Dans l'ensemble, le recrutement géographique de la clientèle de Germain Empereur n'est en rien différent de celui des marchands détaillants étudiés au chapitre précédent. Même si plus de la moitié de ses clients résident dans la ville même, et si les deux-tiers de la clientèle vit à moins de 15 km de la boutique, l'importance des clients venus de loin est notable : près de 8 % des clients résident en effet à plus de 30 km. La boutique ne rayonne donc pas uniquement sur le pays de Pont-à-Mousson et sur les petits bourgs avoisinants comme Gorze, Nomeny ou Thiaucourt.

Ce recrutement de la clientèle des marchands détaillants interpelle. Si l'on reprend le modèle de Christaller, développé par Brian Berry et ses élèves, une aire de chalandise aussi large ne s'explique que par la rareté des biens vendus : c'est parce que les biens disponibles dans la boutique sont particulièrement recherchés que les clients viennent d'aussi loin. L'analyse des ventes d'Empereur en 1753, comparées ici aux stocks de marchands-drapiers d'envergure importante actifs dans les années 1740 et 1750, montre que le marchand de Pont-à-Mousson ne se distinguait pas par son originalité.

Il était ainsi parfaitement loisible aux clients résidant à plus de 15 km de se pourvoir en marchandises ailleurs, à Nancy ou Metz pour les plus proches, à Lunéville, Namur ou Luxembourg pour les plus éloignés. La même chose pourrait être dite des marchands étudiés au chapitre précédent. On ne peut donc analyser l'aire de chalandise des détaillants seulement en termes de portée et de rareté des biens proposés : dans le cas de Germain Empereur, une telle approche ne rend vraisemblablement compte que des ventes effectuées dans un rayon de moins de 15 km autour de Pont-à-Mousson – soit 70 % des ventes. Quels sont les déterminants des habitants les plus éloignés à faire leurs achats chez Empereur ? On peut supposer qu'ils avaient le choix entre des boutiques d'une autre ville et celle de notre marchand, et que celle de notre marchand ait proposé les conditions commerciales les plus favorables. Il serait cependant étonnant qu'il ne se soit trouvé à Metz ou à Nancy aucune boutique capable de rivaliser avec Empereur. Il se peut également que les clients aient été de passage à Pont-à-Mousson et se soient arrêtés à la boutique pour y faire des achats. Nous verrons toutefois par la suite que les achats effectués chez Empereur ne correspondaient pas à de la consommation compulsive, mais au contraire à des achats médités – on y achetait bien souvent de quoi se faire faire un costume entier. L'autre hypothèse, qui nous semble la plus plausible, est que les achats se faisaient auprès de marchands que l'on connaissait personnellement ou indirectement. On n'allait pas faire ses achats chez n'importe qui - en particulier pour se faire faire un habit, qui supposait de grosses dépenses –, mais chez les marchands chez qui on était connu ou recommandé, et qui à ce titre nous proposeraient des conditions de vente favorables, tant en termes de qualité des produits, que de prix ou de délais



**Répartition géographique des créances de Germain
Empereur (en liv. I.)**

2.2. Une clientèle attachée à la boutique par des liens non-commerciaux ?

L'analyse de la clientèle d'Empereur suggère que le choix d'une boutique particulière était déterminé par les différentes interactions sociales non commerciales que les clients et le marchand avaient entre eux. Comment comprendre que le « Magistrat » (corps de ville) de Pont-à-Mousson choisisse la boutique d'Empereur pour équiper les sergents du guet sans tenir compte du fait que notre marchand était au même moment officier municipal ? L'exercice de cette charge n'est probablement pas étranger non plus au fait que deux conseillers de l'Hôtel de Ville en exercice, MM. Riolle et Harmand, comptent parmi ses principaux clients. Un des principaux clients d'Empereur est l'aristocrate anglais Sheldon, résidant à Pont-à-Mousson pour des raisons obscures. Il n'est pas banal de constater qu'à partir de l'hiver 1753 ce dernier est logé en pension chez notre marchand – ce qui est peut-être un moyen de contrôler le montant de ses dépenses et d'exiger des paiements réguliers⁷⁰¹. Et lorsqu'Empereur signe à son profit un contrat de constitution de rente, c'est chez un notaire de Thiaucourt qui est également un de ses clients ... Les opérations commerciales s'inséraient ainsi dans une certaine mesure dans le cadre plus large d'une économie de prestations mutuelles de services.

Une autre caractéristique des relations commerciales était de durer dans le temps, et de s'entretenir en partie sur une base familiale. En effet, il n'était pas rare de voir les fils et les filles faire leurs achats dans la boutique fréquentée par leurs parents. De la même manière, on retrouve bien des cas de cousins ou de neveux qui ont été introduits chez Empereur sur recommandation d'un client de longue date.

Souvent, les habitudes de fréquentation de la boutique se reproduisaient au sein de la même famille. Des relations aussi éprouvées participaient dans une large mesure de la construction de « la confiance », c'est-à-dire de l'ensemble des dispositifs qui assuraient les acteurs d'une transaction de la bonne exécution de leurs obligations par les autres parties⁷⁰². En l'occurrence, l'interconnaissance renforcée par la longue durée des relations permettait aux deux parties d'exercer un contrôle l'une sur l'autre. Le marchand était ainsi informé des ressources et facultés de paiement de ses clients ainsi que de leurs éventuels revers de fortune, quand ceux-ci pouvaient connaître l'état des affaires – et donc de l'approvisionnement – de leur fournisseur. De même, l'interconnaissance très forte au sein des élites sociales, nobles ou roturières, d'une petite ville constituait assurément une forme puissante de contrôle social : une réputation de mauvais payeur ou vendeur de marchandises de médiocre qualité avait tôt fait de se diffuser, et de nuire à la réputation et à la bonne foi du partenaire incriminé. Dans une société où chacun devait honorer les vertus de son état, une telle entorse à la réputation causait vraisemblablement de sérieux dommages. Des relations aussi éprouvées permettaient sans doute de s'entendre aisément sur les prix et les délais de paiement, et assuraient aux clients d'être servis en « fleur de marchandise »⁷⁰³.

Faute de renseignements sur l'ensemble des interactions sociales du marchand ou sur sa généalogie, une bonne partie des modalités concrètes de ce type de recrutement de la

⁷⁰¹ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 111 (5 mars 1753) : « M. Sheldon est entré chez moi le 13 février en pension à 62 liv. par mois ».

⁷⁰² Nous nous rangeons en cela aux arguments de Timothy Guinnane, repris par Gilles Laferté, selon qui « les transactions à crédit interpersonnelles s'analysent par les institutions sociales qui les gouvernent, que ce soit les systèmes de garantie sociale ou de contrôle social. Toute relation de crédit doit se comprendre comme une combinaison d'un système institué de collecte d'information économique en amont et d'un système institué de pouvoir de sanction en aval. » (Gilles LAFERTE, « L'identification économique », *Genèses*, 2010, 79, pp. 2 à 5, citation p. 4). Voir dans le même recueil, Timothy W. GUINNANE, « Les économistes, le crédit et la confiance », pp. 6-25.

⁷⁰³ On notera que l'on retrouve ici les mêmes pratiques que dans la sphère des relations entre commerçants, lesquels entretiennent des relations de très longue durée de « maison » à « maison » avec leurs partenaires d'affaires.

clientèle nous échappe. En particulier, nous ne disposons pas d'informations sur les clients les plus éloignés de Pont-à-Mousson, ce qui nous empêche de tester l'hypothèse d'un recrutement de la clientèle reposant principalement sur les relations interpersonnelles. Au demeurant, peut-on affirmer que ce mode de recrutement de la clientèle était plus important dans les sociétés préindustrielles que dans les sociétés industrielles ou postindustrielles ? A vrai dire, il convient sans doute aussi de faire entrer en ligne de compte les effets de réputation dont peuvent jouir les marchands. Un commerçant serait ainsi d'autant plus sollicité qu'il est réputé sélectionner et vendre de la bonne marchandise. Dans les faits, il semblerait que ce soit un des déterminants principaux du recours aux marchands.

2.3. Confiance et savoir-faire dans les relations commerciales

La confiance en le savoir-faire des marchands était sans doute très grande parmi la clientèle. Bien des marchandises étaient en effet commandées par lettres aux marchands, à charge pour eux de satisfaire au mieux la commission qui leur avait été confiée. Chez l'Empereur, 44 opérations de vente sur 923, soit 4,8 % des ventes, se sont ainsi faites dans le cadre d'un échange de lettres. Ce type de relations commerciales était en particulier courant chez les clients vivant à plus de 15 km de la boutique, et qui donc pouvaient difficilement s'y rendre sans sacrifier presque une journée.

Même si les ordres des clients pouvaient être précis – du fait notamment de la présence d'échantillons dans les lettres –, il revenait en définitive toujours au commerçant d'apprécier la marchandise et de tâcher de répondre au mieux à la commande, en devançant les désirs de la clientèle⁷⁰⁴. Dans ce type de relations commerciales, on est donc très éloigné du *shopping*, où des consommateurs fréquentent la boutique comme lieu de distraction et évaluent par eux-mêmes les propriétés de la marchandise convoitée. Dans le cas présent, la clientèle fait confiance en la capacité de jugement d'un marchand éprouvé et réputé⁷⁰⁵.

Elle fait plus largement encore confiance à son rôle d'intermédiaire commercial au sein du circuit des marchandises, puisque dans presque 30 % des ventes, le marchand est chargé de remettre directement les produits vendus entre les mains des tailleurs. On retrouve ici ce qui a été aperçu par Daniel Roche pour Paris, où les tailleurs passent directement commande auprès du marchand pour le compte de leurs clients : les artisans se font remettre la marchandise directement, la facture étant cependant dressée au nom du client.

3. Diffusion des marchandises et relations interpersonnelles : nature et ampleur des rapports de crédit dans la boutique

Si l'essor de la consommation au XVIII^e siècle tient sans doute pour une bonne part à l'enrichissement de larges segments de la population, il est cependant généralement admis qu'il a pu s'appuyer sur le crédit que les marchands, et tout particulièrement les marchands détaillants, accordaient à leur clientèle⁷⁰⁶. Les pratiques de crédit ont pour cette époque

⁷⁰⁴ Lettre de MOUGENOT de Nomeny du 15 mai 1754, « si vous avez de la drogue pareille à l'échantillon, je vous prie de délivrer à mon tailleur porteur de la présente pour moi une culotte ; il ne faut point de doublure, mais bien des jarrettières, et vous mettez sur mon compte ».

⁷⁰⁵ Une telle confiance envers le maillon supérieur de la chaîne d'approvisionnement n'a rien d'exceptionnel dans la sphère commerciale, puisque l'on repère des procédés du même ordre entre les marchands importateurs et leurs fournisseurs (voir II^e partie, chapitre 2 ; Pierre GERVAIS, « Crédit et filières marchandes au XVIII^e siècle », *Annales HSS*, 2012, 4, pp. 1011-1048).

⁷⁰⁶ Craig MULDREW, *The economy of obligation: the culture of credit and social relations in early modern England*, New York: St. Martin's Press, 1998 ; Id., « Credit and the courts. Debt litigation in a 17th century urban

surtout été étudiées du point de vue des consommateurs, dans une perspective essentiellement culturelle et anthropologique ; l'on dispose par contre de peu d'études sur la place du crédit dans les affaires des marchands et sur les pratiques gestionnaires que cela induisait, et les quelques travaux disponibles s'arrêtent le plus souvent à cette question, jugée insoluble. En règle générale, leurs auteurs mettent en exergue des cas extrêmes de paiements effectués avec des termes très longs, indiquant sans forcément l'étayer que la masse des ventes se faisait avec des termes de paiement resserrés⁷⁰⁷.

Le crédit consenti à la clientèle était à l'époque moderne une pratique socio-économique fortement ancrée dans les habitudes, mais pouvait sans doute également faire fonction d'outil commercial destiné à fidéliser la clientèle. Les comptabilités étudiées indiquent toutefois peu de cas de délais explicitement consentis par le marchand ou négociés entre les deux parties : quand c'était le cas, les termes de l'accord étaient clairement indiqués, avec parfois un certain luxe de détails. Les comptes mentionnent aussi les promesses de paiement et les reconnaissances de dettes passées au marchand. Sans doute d'autres arrangements oraux nous échappent-ils ... L'absence globale de délais de paiement indiqués laisserait supposer qu'il existait des délais de paiement sinon « coutumiers », du moins d'une durée jugée admissible par les deux parties : si de telles régularités ont une réalité, on peut tenter de les discerner à partir de l'étude des différentes comptabilités. Un des moyens de répondre à cette question est d'étudier la diversité des délais de paiement : une de nos hypothèses de travail était que les « bons clients », les acheteurs les plus réguliers, disposaient de délais plus longs que les autres - tout particulièrement quand, eu égard à leur niveau social, ils étaient supposés solvables. L'étude par clients permet ainsi de reconstituer certaines des conditions de l'établissement d'un crédit commercial.

3.1. Les délais de paiement : quelle ampleur ?

3.1.1. Deux types différents de crédits

Clients titulaires de comptes et clients ordinaires

Aborder cette question nous fait immédiatement achopper sur une difficulté importante : la plupart des ventes étaient faites à terme, mais l'on ne dispose pour elles d'aucune indication sur les délais de paiement consentis ; tout au plus sont mentionnés les paiements comptant et, dans quelques cas, les acomptes versés. S'il est impossible de déterminer les délais de paiement sur lesquels Empereur et ses clients se sont entendus lors de la conclusion de la vente, on peut néanmoins étudier les délais de paiement effectifs.

C'est chose assez aisée pour les clients les plus réguliers, qui disposaient d'un compte personnel au grand livre des ventes où étaient portés les acomptes qu'ils versaient. L'étude est cependant plus délicate à mener pour les clients occasionnels, qui n'avaient quant à eux pas de compte : la simple mention « payé » dans la marge, non datée, indiquait l'extinction de leur créance. Il est malgré tout possible d'évaluer leurs délais de paiement, en s'appuyant sur l'inventaire du 15 mars 1753 : lors de sa confection, Empereur y a en effet ouvert un chapitre

community", *Economic History Review*, 46, 1993, pp. 23-38 ; Id., "Interpreting the market. The ethics of credit and community relations in early modern England, *Social History*, 18-2, 1993, pp. 163-184.

⁷⁰⁷ Thomas Stuart WILLAN, *An Eighteenth Century Shopkeeper : Abraham Dent of Kirkby Stephen*, Manchester, University Press, 1970 ; Marie-Louise CARLIN, *Un Commerce de détail à Nice sous la Révolution*, Aix-en-Provence, P.U., 1965. Quelques exceptions cependant : Christopher CLARK, *The Roots of Rural Capitalism: Western Massachusetts 1780-1860*, Ithaca, Cornell University Press, 1990, pp. 28-38 ; David A. KENT, « Small businessmen and their credit transactions in early 19th century Britain », *Business History*, 36-2, 1994, pp. 47-64 ; B.L. ANDERSON, "Money and the structure of credit in the 18th century", *Business History*, 12-1, 1970, pp. 85-101.

spécial pour les dettes actives encore impayées contenues dans le « nouveau journal »⁷⁰⁸ - celui précisément sur lequel nous travaillons. Nous avons donc relevé le montant de chaque achat et vérifié si la dette ainsi contractée par le client était encore due au moment de la confection de l'inventaire. S'il n'est pas possible par ce biais de dire combien de temps chaque dette a mis pour être acquittée, il est cependant possible d'estimer, sur une base hebdomadaire, la part de dettes effectivement soldées au 15 mars 1753. Cela nous donne des indications sur les vitesses d'extinction des créances, et nous permettra d'évaluer la part des impayés. Le tableau ci-dessous présente en première colonne le montant des ventes pour chaque semaine du 1^e octobre 1752 au 15 mars 1753 (« S -24 » correspond à la 24^e semaine avant la confection de l'inventaire) : nous parvenons ainsi à calculer un taux hebdomadaire de recouvrement des créances au 15 mars 1753.

⁷⁰⁸ AD 54, 49 B 571 : Inventaire de mars 1753, p. 46 à 50.

Le recouvrement des créances sur les clients non détenteurs de comptes				
Semaine	Montant des ventes en liv. I.	Montant encore dû au 15/03/1753	Montant recouvré au 15/03/1753	Taux de recouvrement au 15/03/1753
S -24	331,25	171,25	160,00	48,3
S -23	481,30	79,20	402,10	83,5
S -22	169,45	0,00	169,45	100,0
S -21	30,10	16,80	13,30	44,2
S -20	156,80	23,20	133,60	85,2
S -19	381,20	52,70	328,50	86,2
S -18	736,55	83,80	652,75	88,6
S -17	568,75	127,65	441,10	77,6
S -16	8,30	0,00	8,30	100,0
S -15	799,25	127,20	672,05	84,1
S -14	193,20	100,55	92,65	48,0
S -13	956,75	37,80	918,95	96,0
S -12	203,85	0,00	203,85	100,0
S -11	458,35	0,00	458,35	100,0
S -10	608,00	207,15	400,85	65,9
S -9	168,95	39,60	129,35	76,6
S -8	1065,25	564,90	500,35	47,0
S -7	153,25	29,95	123,30	80,5
S -6	85,80	79,80	6,00	7,0
S -5	618,30	406,30	212,00	34,3
S -4	523,30	76,90	446,40	85,3
S -3	273,35	268,30	5,05	1,8
S -2	356,05	214,00	142,05	39,9
S -1	397,10	397,10	0,00	0,0

Ce n'est globalement que huit semaines avant l'établissement de l'inventaire que l'on voit le niveau des remboursements s'affaïsser. Les ventes des semaines « S -16 » et « S -21 » sont trop faibles pour être significatives ; le piètre taux de recouvrement pour les semaines « S -24 » et « S -14 » s'expliquent par deux grosses ventes faites à un très mauvais payeur, l'aristocrate anglais Sheldon. Mis à part ces quatre cas déviants, les taux de recouvrement atteignent facilement 85 % pour les ventes effectuées huit semaines avant l'inventaire. Ce n'est véritablement qu'à partir des ventes effectuées dans la deuxième semaine de février (« S -5 ») que l'on atteint durablement une large majorité d'impayés. Au-delà, il semblerait que Germain Empereur puisse structurellement compter sur un taux de paiement de 80 %. La stabilité autour de ce chiffre au-delà de deux mois laisse penser que les dettes non honorées au-delà de ce délai s'apparentent à des créances douteuses, ou du moins très difficiles à recouvrer. Il ne semble donc pas excessif de considérer que le délai de paiement standard pour les clients qui ne possèdent pas de compte est globalement inférieur à deux mois, bien inférieur en tout cas aux délais que les fournisseurs d'Empereur lui consentaient, qui atteignaient généralement six mois. Un élément qui plaiderait en faveur de délais de paiement coutumiers assez resserrés est la mention occasionnelle des termes de paiements convenus entre Empereur et son client. Pierre Thillier de Pagny-sur-Moselle achète le 15 novembre 1752 pour 27 liv. 1. 2 s. de marchandises – de l'étamette, du drap du Nord, de l'étamine du Mans, et du voile - « délivré(es) à sa femme pour payer aux vendanges proch(aines) »⁷⁰⁹. Le 1^{er} décembre 1752, en achetant pour 32 liv. 1. 6 s. d'indiennes et de pluche, Joseph Morel de Médières « a fait promesse payable (sic) pendant le courant de l'année prochaine »⁷¹⁰. Les longs délais de paiement, qui s'écartent de la tendance générale observée, étaient ainsi explicitement mentionnés au journal.

Les clients titulaires d'un compte payaient quant à eux dans l'ensemble bien plus tardivement que les autres. Sur 160 ventes faites à des détenteurs de comptes entre le 1^{er} octobre 1752 et le 15 mars 1753, seuls trois achats ont été payés lors de la confection de l'inventaire. On peut repérer plusieurs cas de figure :

- 1) dans 94 cas, la vente a été soldée lors d'un paiement global ultérieur de plusieurs ventes successives ;
- 2) dans 26 cas, le paiement se fait en plusieurs fois, par le versement d'acomptes, notamment lors de l'achat de nouvelles marchandises ;
- 3) dans 22 cas, Empereur n'a pas été payé lors de la clôture du livre : on en est donc à supposer un délai de paiement *minimal* pour le paiement de la somme due, en comparant la date du dernier achat et celle du dernier paiement ;
- 4) On est de la même manière en mesure dans huit cas de déterminer seulement un délai de paiement *maximal* en comparant les colonnes « doit » et « avoir » dans quelques cas où les « avoirs » ne sont pas précisément datés ;
- 5) Les autres cas correspondent à des situations spécifiques, où les clients signent des « promesses de paiement » à Empereur, sans qu'il soit fait mention de paiement effectif.

Ce sont les opérations de paiement de la première catégorie qui sont les plus simples à traiter et à analyser. En comparant les achats faits, portés dans la colonne « doit », et les paiements qui en ont été faits, portés dans la colonne « avoir », nous avons pu distinguer la durée d'extinction de la créance, exprimée en mois.

⁷⁰⁹ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 36.

⁷¹⁰ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 45.

Délais de recouvrement des créances sur les détenteurs de comptes	2 mois	de 2 à 6 mois	entre 6 mois et 1 an	entre 1 et 2 ans	plus de 2 ans	Ensemble
Nombre de ventes	1	14	19	37	23	94
Proportion (en %)	1,1	14,9	20,2	39,4	24,5	100,0
Montant total	51,00	499,30	473,55	1651,00	856,15	3531,00
Proportion (en %)	1,4	14,1	13,4	46,8	24,2	100,0

Il en ressort que les ventes payées avec les délais que l'on suppose courants dans le cas des clients sans compte sont ici très largement minoritaires. On ne relève qu'une seule vente payée dans un délai de deux mois, 15 en tout dans un délai de six mois, et ce pour 15 % seulement des montants en jeu. Empereur a donc dû pour la majorité des paiements attendre entre 12 et 24 mois ; au bout de deux ans, il n'aura pu récupérer que les trois quarts du montant de ses ventes. L'étude des paiements pour les autres sous-catégories ne fait au moins que confirmer ces observations : dans le cas 3), lorsqu'aucun paiement n'est mentionné avant la clôture du livre, on est assuré dans 18 cas sur 22 que le délai de paiement est supérieur à six mois (ce qui équivaut à 710 liv. l. de ventes, soit 71,3 % du total de la catégorie), et même dans 13 cas supérieur à un an. L'étude des paiements en plusieurs fois, cas 2), est plus délicate. Elle laisse cependant entrevoir que sur 26 cas (pour des ventes de 1918 liv. l. 5 s. en tout), le premier acompte n'est versé que dans sept cas six mois après la vente, pour un montant de 221 liv. l. sur 608 liv. l. s. de ventes, soit un tiers des dettes sur à peine un tiers des ventes ! Le délai de versement du premier acompte est par contre supérieur ou égal à un an dans 12 ventes, qui montent à 883 liv. l. s. Les paiements finaux dans ces cas laissent entrevoir des délais invraisemblables : la partie la plus rapidement soldée l'est au bout de neuf mois seulement. Au bout d'un an, six de ces parties sont payées, et 12 n'ont pas leur paiement achevé deux ans après la vente. Il semble délicat d'aller plus loin dans l'étude de données difficiles à traiter. Il n'est en définitive pas exagéré de considérer que les paiements des dettes dues par les titulaires de comptes mettent deux ans pour être récupérées aux trois quarts, niveau atteint par le remboursement des dettes des non titulaires de comptes au bout de deux mois seulement. Ces pratiques de paiement concordent avec ce que l'on observe chez le marchand anglais Abraham Dent pour les années 1760, même si chez lui les délais de paiement sont plus resserrés : les clients occasionnels lui paient leurs dettes généralement au bout de 10 jours, quand les bons clients se voient accorder des crédits de six mois⁷¹¹.

Comment expliquer cette différence ?

Une différence aussi marquée dans les délais de paiement, qui doit constituer une contrainte importante pour la conduite des affaires de Germain Empereur, peut s'expliquer par plusieurs hypothèses, non exclusives l'une de l'autre : on peut penser tout d'abord que le

⁷¹¹ WILLAN, *Abraham Dent*, pp. 26-27.

recrutement social des clients titulaires de comptes n'est pas le même que celui des non-titulaires, que l'on compterait davantage de nobles parmi les détenteurs, et que la pratique aristocratique qui est de ne pas honorer ses dettes à temps influencerait sur le niveau des paiements⁷¹². Il n'est pas à exclure non plus, deuxième hypothèse, que Germain Empereur soit assez exigeant avec les clients qu'il ne connaît pas, exigeant des délais de paiement resserrés, mais qu'il le soit nettement moins avec ses bons clients, *a fortiori* lorsqu'il les sait solvables. Nous poserons enfin la question des moyens d'exécution des paiements sur lesquelles Empereur pouvait compter, en émettant l'idée qu'ils étaient assez limités et qu'il n'y recourait qu'en dernière extrémité.

Les deux tableaux suivants, qui distinguent les titulaires d'un compte des non-titulaires et présentent le niveau des ventes qui leurs sont faites, serviront à mettre à l'épreuve les deux premières hypothèses. Nous n'avons pas inclus dans les calculs les clients non identifiés.

Catégorie sociale des clients titulaires d'un compte	Effectifs		Ventes		Vente moyenne (en liv. l.)
	Nombre	Part (en %)	Montant (en liv. l.)	Part (en %)	
TRA	0	0,0	0,00	0,0	0,00
ARTI	19	19,6	496,30	7,2	26,10
MAR	2	2,1	367,00	5,3	183,50
ETA	3	3,1	71,15	1,0	0,00
QUAL	21	21,6	1566,20	22,6	74,60
CAP	7	7,2	438,65	6,3	62,70
ADM	3	3,1	339,40	4,9	113,10
NOB	16	16,5	2129,30	30,7	133,10
ECCL	11	11,3	1153,80	16,7	104,90
SSPE	15	15,5	363,85	5,3	24,30
Ensemble	97	100,0	6925,65	100,0	71,40

⁷¹² COQUERY, *L'hôtel aristocratique*, pp. 147-178 ; DUMA, *Les Bourbon-Penthièvre*, pp. 401-497.

Catégorie sociale des clients non-titulaires d'un compte	Effectifs		Ventes		Vente moyenne (en liv. l.)
	Nombre	Part (en %)	Montant (en liv. l.)	Part (en %)	
TRA	1	0,7	13,10	0,1	13,10
ARTI	22	15,9	562,45	6,4	25,60
MAR	9	6,5	244,05	2,8	27,10
ETA	7	5,1	539,55	6,1	77,10
QUAL	41	29,7	2358,85	26,7	57,50
CAP	17	12,3	889,35	10,1	52,30
ADM	10	7,2	1235,75	14,0	123,60
NOB	10	7,2	1743,60	19,8	174,40
ECCL	9	6,5	829,85	9,4	92,20
SSPE	12	8,7	409,00	4,6	34,10
Ensemble	138	100,0	8825,55	100,0	64,00

Les titulaires de comptes recrutent dans l'ensemble bien plus largement au sein des élites sociales, avec une part des nobles, des administrateurs et des ecclésiastiques qui atteint 30,9 % des clients, contre 20,9 % chez les non-détenteurs de compte. Les montants laissent cependant apparaître que les nobles achètent pour près du tiers des marchandises vendues à des détenteurs de comptes, et qu'avec les ecclésiastiques ils dépassent la moitié des ventes effectuées à cette catégorie d'acheteurs. Si le recrutement social des titulaires de comptes est indubitablement plus aristocratique que celui des non-titulaires, cela ne peut en aucun cas expliquer des délais de paiement aussi longs : après tout, les nobles représentent à eux seuls plus du cinquième des sommes dues par les non-titulaires de comptes, ce qui ne constitue pas une différence si considérable entre les deux catégories. L'explication par le « mode de consommation aristocratique » trouve donc ici ses limites, d'autant qu'il n'est absolument pas sûr que les nobles soient les seuls à être de mauvais payeurs, malgré toute la bonne volonté qu'ils puissent mettre à l'être. Il faut donc plutôt voir quels sont les clients passant de la première à la deuxième catégorie.

Catégorie sociale des clients obtenant un compte entre octobre 1752 et mars 1753	Effectifs		Ventes		Vente moyenne (en liv. l.)
	Nombre	Part (en %)	Montant (en liv. l.)	Part (en %)	
TRA	0	0,0	0,00	0,0	0,00
ARTI	0	0,0	0,00	0,0	0,00
MAR	2	10,5	291,70	10,2	145,90
ETA	0	0,0	0,00	0,0	0,00
QUAL	6	31,6	292,40	10,2	48,70
CAP	3	15,8	673,80	23,5	224,60
ADM	2	10,5	927,20	32,4	463,60
NOB	3	15,8	377,50	13,2	125,80
ECCL	2	10,5	294,90	10,3	147,50
SSPE	1	5,3	4,00	0,1	4,00
Ensemble	19	100,0	2861,50	100,0	150,60

Les cas observés sont trop peu nombreux pour que l'on puisse en tirer des conclusions quant à la ventilation entre catégories sociales. Il faut toutefois noter que le niveau moyen des ventes par client devenant détenteur d'un compte dans les six mois observés est de plus de 150 liv. l., soit plus du double du niveau moyen des ventes aux détenteurs de comptes et deux fois et demi celui des ventes aux non-détenteurs de comptes. Le passage de la catégorie « client sans compte » à la catégorie « client avec compte » semble ainsi plutôt s'expliquer par des critères fonctionnels : c'est à partir du moment où un client fait des achats répétés et d'un niveau important qu'Empereur lui ouvre un compte. Vu le niveau moyen des achats effectués par ces clients, et vu leur recrutement sociologique, on peut penser qu'il s'agit de personnes jugées solvables et qui possèdent un crédit suffisant. On a donc tout lieu de penser qu'Empereur est bien moins exigeant avec eux quant aux délais de paiement, car il les connaît et sait qu'ils finiront par payer.

3.1.2. Un faible recours à l'exécution des paiements

En Lorraine comme dans le Royaume de France, les deux seuls moyens de rendre exécutoire une dette étaient de faire signer aux clients une promesse de paiement, ou d'arrêter un compte avec eux. Ces deux procédures, reconnues par la jurisprudence, permettaient d'imposer au débiteur récalcitrant le paiement des dettes par force de loi⁷¹³.

Jacques Savary semblait regretter dans son texte que ces deux instruments fussent peu employés par les marchands. De fait, nous ne retrouvons la pratique de l'arrêté de compte

⁷¹³ SAVARY, *Le Parfait Négociant* (Paris, 1757/1770, tome 1), IV, 8, p. 342.

telle qu'exposée par Savary qu'à quelques reprises seulement chez Leléal père, qui à cette occasion fait signer des promesses de paiement pour le reliquat des sommes dues. Cela ne concernait cependant que quelques gros clients tardant à s'acquitter, à qui le marchand demandait un engagement ferme à payer. La plupart de ces promesses étaient « payables à volonté », sans mention de date précise. Paroles en l'air ? C'est fort possible, car rien n'indique que les engagements de paiement aient été mieux exécutés que les autres paiements. La pratique de Germain Empereur se distinguait de celle de Leléal père, puisqu'il n'exigeait de promesses de paiement que des clients qu'il ne connaissait pas, généralement ceux d'un niveau social plus bas que ses clients habituels, et en qui il avait apparemment peu confiance – pratique qu'il qualifie dans son grand livre des ventes de « comptes signés ». Le 20 novembre 1752 il vendit ainsi pour 13 liv. 1. 2 s. de draps du Nord et d'indienne au manœuvre Nicolas Portier de Pont-à-Mousson, mais sous engagement « de payer aux fêtes de Pâques prochaines ». Empereur lui imposa même deux garants, François Laîné et Jean Blanchetête, qui signent à côté de sa marque⁷¹⁴. Le 16 février 1753, le menuisier Nicolas Paulus dut lui aussi signer une reconnaissance de dette de 9 liv. 1. 13 s. sur le livre des ventes. La recherche de garanties pour les paiements semblait dans tous les cas très minoritaire.

Ces pratiques étaient semble-t-il très variables selon les marchands. Les inventaires de faillite des marchands détaillants de la province établis entre 1715 et 1730 n'indiquent hélas pas systématiquement si les dettes actives avaient donné lieu à la confection d'un billet⁷¹⁵. Les inventaires regroupent le plus souvent l'ensemble des dettes, par promesse comme par simple mention sur les livres de compte, dans une même catégorie, sans distinguer entre elles. Cependant, chez les huit marchands où la distinction est faite, la part des promesses était importante, souvent autour de la moitié des sommes dues par les clients⁷¹⁶, et souvent plus de 60 %⁷¹⁷ : on est loin chez eux du recours sporadique aux promesses de nos boutiquiers.

Rien n'indique cependant que les promesses aient été exécutées dans les termes stipulés. En 1752, Empereur a fait signer 29 promesses, à même le livre-journal, pour un montant de 871 liv. 1. 13 s. - soit moins de 5 % du total des ventes de l'année. Sur cette somme, 30 liv. 1. 19 s. n'ont jamais été payées, et une vente de 27 liv. 1. a été rapidement restituée. Une grosse vente de 167 liv. 16 s., ayant donné lieu à une promesse de paiement sous un an, a été acquittée à l'échéance théorique ... par une seconde promesse, sans précision de délai, et dont rien n'indique qu'elle ait été réglée. Sur les 22 promesses restantes, montant en tout à 626 liv. 1., dix étaient payables « à volonté » : à part une, payée au bout de sept mois, les autres ont été acquittées pour moitié entre un et deux ans, et pour l'autre moitié entre deux et trois ans. Pour les douze autres promesses, pour lesquelles une date ou une période étaient indiquées (« à Noël prochain », « aux vendanges prochaines »), les délais prévus ne furent respectés que dans deux cas - mais devancé dans un. Dans tous les autres cas, les délais sont là encore très longs, de l'ordre d'un à trois ans. Les délais de paiement en cas de promesse étaient en fait considérables, et les retards par rapport aux dates convenues quasiment systématiques. Mais les marchands détaillants cherchaient-ils vraiment à se faire payer les sommes promises en leur temps ?

Les boutiquiers tâchaient surtout d'obtenir de leurs débiteurs en souffrance des engagements à payer⁷¹⁸. Cela passait par des accommodements divers, dont les livres de

⁷¹⁴ Journal des ventes de Germain Empereur, AD 54, 49 B 561, p. 40.

⁷¹⁵ Sont conservés 22 inventaires complets de détaillants sous les cotes 49 B 162 à 164.

⁷¹⁶ Comme chez Michel Durafort de Lunéville (1728 ; AD 54, 49 B 163), Dominique Maurice de Saint-Mihiel (1726 ; AD 54, 49 B 162), Joseph Cressand de Nancy (1726 ; AD 54, 49 B 162), Jean Michel de Toul (1724 ; AD 54, 49 B 162), ou Jean Semelle de Nancy (1728 ; AD 54, 49 B 163).

⁷¹⁷ Comme chez Claude Esmonnier de Vézelize (1728 ; AD 54, 49 B 163), Jacques Humbert de Charmes (1725 ; AD 54, 49 B 162) ou Nicolas Lerouge de Pont-à-Mousson (1729 ; AD 54, 49 B 164).

⁷¹⁸ Nous reprenons ici en cela les analyses d'Hervé Piant sur le recours des justiciables au tribunal prévôtal dans un espace proche de celui que nous étudions (*Une justice ordinaire. Justice civile et criminelle dans la*

compte d'Empereur nous livrent un aperçu : M. Danglard, de Crincourt, paye ses dettes à Empereur depuis 1751 en lui faisant verser directement la pension de 400 liv. t. qu'il touche du Trésor Royal de France en tant qu'ancien soldat⁷¹⁹ ; le 14 mars 1753, M. de Mercy, de Nomeny, lui signe quant à lui une obligation de 1400 liv. l. « payable dans deux années », par laquelle il entend se libérer.⁷²⁰ On relève même un cas fort curieux : le logement par Empereur de l'aristocrate anglais Sheldon en pension chez lui, ce qui pouvait être un moyen de contrôler le montant de ses dépenses et d'exiger de lui des paiements réguliers⁷²¹. L'analyse des inventaires de faillite de marchands détaillants lorrains entre 1715 et 1730 montre que ces arrangements divers, dénommés « contrats », pouvaient peser jusqu'à un cinquième des dettes actives des détaillants⁷²².

Les procédures judiciaires pour dettes ne visaient pas forcément à obtenir le paiement immédiat des sommes dues, mais étaient bien souvent partie intégrante des négociations entre le créancier et son débiteur. Elles servaient le plus souvent à hâter la conclusion de l'arrangement⁷²³. On n'y avait qu'un recours parcimonieux : dans les dettes actives des marchands faillis, les sommes dues « par sentence » occupaient une place modeste, autour de 5 à 10 % du total⁷²⁴. Sans que l'on puisse conférer à nos quelques sondages valeur de preuve irréfutable, la présence de marchands devant des juridictions moyennes ou inférieures comme les bailliages ou les prévôtés pour obtenir paiement de leur dû semble très restreinte. Sur 209 affaires instruites en 1725 par le tribunal de la prévôté et bailliage de Nancy, 46 impliquaient des personnes liées à la production artisanale ou au commerce, dont 17 seulement pour des questions de paiement⁷²⁵. Comme la description des affaires dans les feuilles d'audiences était très sommaire, il n'est même pas sûr que tous ces procès aient eu pour cause des ventes non acquittées. C'était bien peu. Cette répugnance à user de moyens judiciaires, notamment en faisant procéder à des saisies chez les débiteurs, explique peut-être le montant très élevé des dettes « véreuses » ou « perdues » chez les marchands faillis : dans les inventaires de faillite étudiés, les bonnes dettes s'élevaient généralement à 50 ou 60 % des sommes dues, le reste étant considéré comme « véreux », « douteux », « mauvais » ou « perdu »⁷²⁶. Même chez les faillis moins éprouvés que les précédents, entre 15 et 25 % des dettes étaient jugées difficiles ou impossibles à recouvrer⁷²⁷. Il était sans doute délicat pour les marchands d'exiger avec trop d'insistance leur dû, sans risque pour leur réputation au sein de leur communauté de résidence. L'entre-soi et l'interconnaissance des membres de l'élite locale de Pont-à-

prévôté royale de Vaucouleurs sous l'Ancien Régime, Rennes, Presses Universitaires, 2006, pp. 143-151) ; James E. SHAW, "Liquidation or certification ? Small claims disputes and retail credit in seventeenth-century Venice", in Bruno BLONDE, Peter STABEL, Jon STOBART & Ilja VAN DAMME (éd.), *Le Parfait Négociant: Buyers, Sellers and Salesmanship in Medieval and Early Modern Europe (Italy, the Low Countries and England)*, Brepols, Turnhout, 2006, pp. 277-295.

⁷¹⁹ Grand Livre des ventes de Germain Empereur, AD 54, 49 B 567, f° 135 recto.

⁷²⁰ Grand Livre des ventes de Germain Empereur, AD 54, 49 B 567, f° 141 verso.

⁷²¹ Journal des ventes de Germain Empereur, AD 54, 49 B 561, p. 111 (5 mars 1753) : « M. Sheldon est entré chez moi le 13 février en pension à 62 liv. par mois ».

⁷²² Chez le boutiquier Humbert, ce sont 11,5 % des 1890 liv. de dettes qui sont dues par contrat (AD 54, 49 B 162) ; chez Durafort, on atteint 22,4 % des 22.000 liv. à lui dues (AD 54, 49 B 163).

⁷²³ Dans bien des cas d'ailleurs, le recours par les marchands aux tribunaux n'avait pas tant pour but de contraindre directement le client à payer, mais à lui faire reconnaître la créance et éviter ainsi tout risque de prescription (H. Piant, *Une justice ordinaire*, p. 144).

⁷²⁴ Chez Esmonnier, elles atteignent 3,7 % (AD 54, 49 B 163) ; chez Maurice, 4,0 % (AD 54, 49 B 162) ; chez Semelle, 11,7 % (AD 54, 49 B 163).

⁷²⁵ Feuilles d'audiences (année 1725), AD 54, série 11 B.

⁷²⁶ Comme chez Esmonnier (AD 54, 49 B 163), ou, dans les années 1740/1750, chez Duparge de Nancy (1750 ; AD 54, 49 B 171), Gillot de Nancy (1752 ; AD 54, 49 B 173) ou la Veuve Saladin de Neufchâteau (1755 ; AD 54, 49 B 177).

⁷²⁷ Comme chez Cressand (AD 54, 49 B 162) ou, dans les années 1740, chez Michelant de Rambervillers (1742 ; AD 54, 49 B 167) ou Henry de Neufchâteau (1752 ; AD 54, 49 B 174).

Mousson, dont Empereur, conseiller de l'Hôtel de Ville, faisait partie, rendaient probablement périlleuses des demandes de paiement trop pressantes : sa clientèle, froissée, aurait pu passer à la concurrence⁷²⁸ ... Au-delà des arrangements ponctuels avec les débiteurs, les boutiquiers n'avaient donc pas ou ne se donnaient pas vraiment les moyens de faire exécuter les paiements en retard.

3.2. Le prêt « gratuit » et la fidélisation de la clientèle

A en juger par le journal des ventes, le prêt d'argent représente une part non négligeable des opérations de Germain Empereur, que ce soit sous la forme de remise de numéraire ou de paiements effectués pour autrui. Les sommes atteignent près de 6.000 liv. l. pendant l'année étudiée, ce qui équivaut au sixième des ventes au détail, ou à 8 % de l'ensemble des opérations de vente.

Opérations financières	Montant (en liv. l.)	Part (en %)
Remise de numéraire	3724,41	62,8
Remise d'un effet de commerce	81,96	1,4
Paiement pour autrui	1748,56	29,5
Constitution de rente	377,25	6,4
Total	5932,18	100,0

Ces opérations de remise ou de paiement n'étaient pas à proprement parler des opérations commerciales, dans la mesure où les avances aux clients ainsi faites ne donnaient pas lieu à des intérêts. Les remises en numéraire apparaissent en effet à l'intérieur de ventes effectuées : les « écus neufs » de 6 liv. t. étaient ainsi passés à leur cours habituel en Lorraine de 7 liv. l. 15 s. et les « louis d'or neufs » de 24 liv. t. étaient comptés à 31 liv. l. Les espèces étaient donc remises à titre de prêt gratuit. Quel pouvait être l'intérêt de Germain Empereur de faire des prêts gratuits aussi importants ? Retenons d'abord que les sommes prêtées ou versées devaient souvent être rendues « sous quelques jours », ce qui limite sans doute considérablement le manque à gagner. Par ailleurs, c'était surtout les clients les plus fidèles qui bénéficiaient de telles largesses. Dans l'ensemble, les clients ayant réalisé au moins trois achats entre le 1^{er} octobre 1752 et le 30 septembre 1753 enlèvent un peu plus de 70 % des prêts et paiements.

⁷²⁸ On retrouve ici des analyses formulées par Christopher CLARK pour la Nouvelle-Angleterre (*The Roots of Rural Capitalism*, 1990, pp. 28-38).

Opérations financières au profit de clients réguliers	Montant (en liv. l.)	Part (en %)
Remise de numéraire	2709,38	72,7
Remise d'un effet de commerce	81,96	100,0
Païement pour autrui	1492,54	85,4
Constitution de rente	0,00	0,0
Total	4283,88	72,2

Ces pratiques sont vraisemblablement une des formes du crédit que les marchands consentaient à leurs meilleurs clients. En plus de délais de paiement plus larges, les marchands leur accordaient sans doute aussi de telles formes de crédit de court terme. En outre, c'était sans doute un moyen d'entretenir la fidélité de la clientèle : la rétribution de ces prêts « gratuits » était justement de faire des achats chez le marchand. Dans le journal des ventes, les prêts sont en effet généralement accompagnés d'un achat de marchandises, fût-il modeste. Comme il n'est jamais fait mention dans le journal des ventes d'un taux d'intérêt pour ces prêts, il se peut fort que la vente en tienne lieu : dans les 224 liv. l. 4 s. qu'Empereur compte à M. Marguerit, lieutenant de la Maréchaussée, le 18 décembre 1752, outre deux paires de bas de soie et quelques aunes de baracand, on trouve la somme de 93 liv. l. « pour 3 louis d'or » à 31 liv. l., et 51 liv. 18 s. « délivrées en différentes espèces ». La vente d'une paire de bas d'Angleterre au Baron de Bernécourt pour 5 liv. l. accompagne la fourniture de deux louis⁷²⁹, et celle d'une aune de mousseline de 6 liv. l. à la femme du marchand de bois Joseph Lombard le 18 janvier 1753 est couplée à la remise de 14 écus à 7 liv. l. 15 s. l'un⁷³⁰. Le jeu des obligations mutuelles dans lequel rentrent marchands et clients permettait ainsi d'entretenir et de développer la relation marchande.

3.3. Le niveau des prix comme crédit à la clientèle ? Quelques hypothèses et quelques pistes de réponse.

Qu'il soit négocié ou imposé, le crédit aux consommateurs était une contrainte forte pour les affaires des marchands : il fallait que le niveau des rentrées des ventes concorde avec celui des paiements à effectuer aux fournisseurs. On sait en effet que les faillites marchandes des XVII^e et XVIII^e siècles étaient fréquemment provoquées par l'insolvabilité passagère des commerçants, temporairement incapables de satisfaire aux exigences de leurs créanciers. Ne pouvant perdre structurellement de l'argent, le marchand devait nécessairement compenser la longueur des délais de paiement les plus tardifs. Mais comment, puisqu'on ne trouve pas de mention de paiement d'intérêts dans les comptes ? Il se pourrait en fait que lors de la conclusion de la vente, ceux qui se sont engagés à payer le plus tard, ou qui présentent le plus de risques aux yeux du marchand, se voient passer les marchandises à un prix plus élevé que

⁷²⁹ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 58.

⁷³⁰ AD 54, 49 B 561 : Journal des ventes, p. 84.

les autres – ce qui revient à poser l’hypothèse d’une discrimination tarifaire lors de la conclusion de la vente⁷³¹.

Existait-il ainsi des prix modérés pour les bons payeurs et plus élevés pour les mauvais ? Le prix tiendrait ainsi compte de la « qualité » du client, et inclurait un taux d’intérêt implicite selon la date de paiement convenue ou espérée⁷³². Nous avons tenté une étude comparée, qui n’est ici qu’une ébauche, du niveau des prix et des délais de paiements effectifs chez Germain Empereur, à partir des ventes enregistrées au journal entre le 1^e octobre 1752 et le 30 septembre 1753. Nous n’avons retenu pour l’analyse que les produits pour lesquels nous disposons de quinze occurrences renseignées, c’est-à-dire pour lesquels des indications de qualité (taille, couleur ou finesse) sont mentionnées. Cela nous permet dans une certaine mesure de tenir compte des variations de prix imputables à des variations de qualité.

⁷³¹ Parmi les ventes d’Empereur en 1752/1753, on ne relève qu’un cas explicite de tarification spéciale, lors de la vente de marchandises à un autre marchand. Léonard Déby bénéficie ainsi d’un bon d’aunage sur la vente de quelques étoffes (« 5 aunes $\frac{3}{4}$ pour 5 aunes $\frac{1}{2}$ »). Mais il s’agit ici d’arrangements habituels entre commerçants – fréquemment pratiqués d’ailleurs par les marchands français envers les marchands qu’ils approvisionnent.

⁷³² Florence WEBER, « De l’anthropologie économique à l’ethnographie des transactions », in Laurent FELLER (éd.), *Le marché de la terre au Moyen Âge*, Collection de l’Ecole Française de Rome, 359, Rome, 2005, pp. 29-48. « Comprendre certaines transactions non monétaires comme marchandes (le troc) mais aussi certaines transactions monétaires comme non marchandes, parce qu’elles interviennent dans un contexte de relations personnelles (comme la parenté) dont elles sont inséparables analytiquement. (...) Se demander si le prix observé dépend du contexte économique de la transaction – autrement dit s’il est fixé en fonction d’autres transactions « objectivement » comparables – ou des conditions singulières de cette transaction – autrement dit s’il est fixé en fonction d’autres interactions qui réunissent avant, après ou en même temps les mêmes partenaires. Dans le premier cas, la transaction doit son sens à sa place dans une série de transactions portant sur des biens comparables (« le marché »), dans le second, elle doit son sens à sa place dans une série de transactions engagées entre les mêmes partenaires (relations personnelles de solidarité, de réciprocité ou de domination) », p. 30.

Produits et qualités		Prix moyen (en liv. l.)	Ecart-type (en liv. l.)	Ecart-type en % du prix moyen
Draps de Sedan	Ensemble de l'échantillon	21,35	2,48	11,6
	Draps ordinaires	19,82	0,40	2,0
	Draps fins	22,50	1,69	7,5
Draps d'Elbeuf		19,50	1,04	5,3
Gros de Tours		5,78	0,48	8,2
Droguet d'Angleterre	Ensemble de l'échantillon	3,99	0,76	19,0
	Etoffes ordinaires	3,62	0,20	5,6
Prime en Ségovie	Ensemble de l'échantillon	5,10	0,26	5,2
	Couleurs ordinaires seulement	5,04	0,09	1,8
Serge de Mandres	Ensemble de l'échantillon	2,48	0,67	26,9
	Couleurs ordinaires seulement	2,03	0,14	6,7
Bergopzoom	Ensemble de l'échantillon	4,24	0,67	15,9
	Etoffes ordinaires	3,90	0,08	2,1
Extrafort	Ensemble de l'échantillon	4,84	1,47	30,4
	Couleurs ordinaires seulement	4,15	0,29	7,0

Malgré l'absence de prix unique des marchandises, les marges de variation étaient limitées : généralement autour de 5 à 6 % du prix moyen. Mais comment justifier cette absence de fixité des prix ? Conscients de l'étroitesse de notre échantillon, nous avons testé l'hypothèse d'un étalonnage du prix sur le délai de paiement convenu : un client mauvais payeur ou n'inspirant pas confiance se verrait facturer ses marchandises un peu plus cher que les autres, dans une fourchette de 5 à 10 %. A l'inverse, un client bon payeur ou proche du marchand bénéficierait de prix préférentiels. Pour tester la pertinence de cette hypothèse, nous avons étudié la situation du crédit par rapport à Empereur des clients payant un prix éloigné de la moyenne : seuls les prix de vente situés au-delà de l'écart-type ont été pris en compte. Les résultats sont synthétisés dans les tableaux suivants. Le premier concerne les prix anormalement bas, les seconds les prix anormalement élevés.

Ventes de produits à des prix anormalement bas	Nom	Profession	Date de l'opération	Prix à l'aune (en liv. l.)	Explication possible du niveau des prix
Draps de Sedan	?	doyen	2/12/1752	19	?
	Piquand	notaire	5/01/1753	19	ami
	Masson	procureur des Jésuites	26/09/1753	20	?
Draps d'Elbeuf	Zay	marchand	6/11/1752	16	prix de connivence entre marchands ?
	Béry	marchand	27/05/1753	16	prix de connivence entre marchands ?
Gros de Tours	Zay	marchand	6/11/1752	5	prix de connivence entre marchands ?
Bergopzoom	Dattel	bourgeois	15/11/1752	3,75	?
	de Serre	Conseiller d'Etat	17/10/1752	3,75	?

Produits vendus à des prix anormalement élevés	Nom	Profession	Date de l'opération	Prix à l'aune (en liv. l.)	Explication possible du niveau des prix
Draps de Sedan	Lelorin fils	avocat	17/09/1753	25	deux ans de retard de paiement pour une partie du 5/01/1750
	Lelorin fils	professeur de médecine	19/09/1753	25	un an et demi de retard de paiement pour une partie de décembre 1751
Gros de Tours	Sheldon	aristocrate anglais	2/10/1752	6,5	très mauvais payeur, très endetté
	Ducret	marchand	13/06/1753	6,5	Neuf mois pour solder une première partie
	Mlle de Gustines	aristocrate	10/09/1753	6,5	famille très endettée auprès d'Empereur (à hauteur de 1.800 liv.)

Produits vendus à des prix anormalement élevés (suite)	Nom	Profession	Date de l'opération	Prix à l'aune en liv. l.	Explication possible du niveau des prix
Droguet d'Angleterre	Léonard	?	24/04/1753	4,00	vente malgré non-paiement d'une dette remontant à octobre 1749 !
	Ruton	?	18/07/1753	4,00	vente faite seulement contre la promesse écrite sur le livre-journal de solder la partie au 11 novembre : client peu solvable ?
Bergopzoom	Dogny	lieutenant de police	13/10/1752	4,00	13 mois pour payer une partie du 22/12/1750
	Mégret (de)	aristocrate	24/10/1752 + 3/01/1753	4,00	18 mois pour régler une partie de mai 1751
	Danglard	bourgeois	20/01/1753	4,00	doit plus de 2.000 liv. à Empereur en janvier 1753 !
	Cherval (de)	aristocrate	29/12/1752	4,00	230 liv. d'impayés depuis juin 1751
Extrafort	La Ruelle (de)	aristocrate	2/10/1752	4,50	trois ans et demi d'impayés (à hauteur de 600 liv.)
	Mahuet (de)	aristocrate	19/05/1753	4,50	420 liv. 13 s. impayés depuis mai 1751

La corrélation grossière entre le prix et l'éloignement du terme du règlement plaiderait en faveur d'une facturation des marchandises différenciée selon les habitudes de paiement des clients : les prix les plus élevés étaient passés à de fort mauvais payeurs, qui payaient habituellement leurs dettes avec des délais longs. Les prix élevés fonctionneraient ainsi dans leur cas comme des intérêts déguisés, destinés à compenser la longueur attendue des délais de paiement. La modulation des prix devait cependant rester mesurée : Germain Empereur n'était pas le seul marchand de Pont-à-Mousson sur son créneau d'affaires, et la concurrence locale limitait ses possibilités de majoration de prix⁷³³. A l'inverse, plusieurs bons prix sont facturés

⁷³³ Anne Montenach montre dans le cas de Lyon au XVIII^e siècle que les clients les moins scrupuleux ne s'acquittent pas de leurs dettes auprès des boutiquiers, et vont se faire faire crédit auprès d'autres boutiquiers

à des proches, comme le notaire Piquand, ou à des collègues marchands. Il semblerait même qu'Empereur vende des produits au détail à des marchands à des prix de gros !

Cette explication n'est qu'une ébauche, et appellerait de nombreuses nuances. Il se peut en effet que l'information sur la qualité effective des produits soit lacunaire dans le journal des ventes, et qu'elle se limite, lorsqu'elle est mentionnée, à une mention de la couleur et de la finesse du tissu : comme la production n'était à l'époque pas standardisée, toutes les étoffes étant en un sens des pièces uniques, il se peut qu'au sein d'une même qualité générale (par exemple, « ordinaire »), on retrouve plusieurs degrés de finesse de la marchandise, qui expliquent des différences marginales de prix. Manquent peut-être aussi des indications sur l'état général de l'étoffe : une pièce ancienne ou un peu passée sera vendue moins cher qu'une pièce toute neuve. Les différences de prix, de l'ordre apparemment de 5 à 10 %, seraient-elles ainsi plutôt à expliquer par de différences de qualité insaisissables à partir de nos sources ? Ou bien l'explication se trouve-t-elle dans la multiplicité des rapports personnels avec les clients, qui dans une large mesure nous échappent ? Celle-ci est sans doute la plus plausible : dans les ventes de Jean-François Leléal, les membres de la Cour ducale bénéficiaient de prix bonifiés, avec un « profit à 2 sous pour livre » en sus du prix d'achat, soit une marge de 10 %, sans que ces clients ne se caractérisassent par la rapidité de leurs paiements, bien au contraire !⁷³⁴ L'hypothèse d'une discrimination tarifaire proportionnée aux délais de paiement ne repose pas en l'état sur une base empirique assez solide pour être infirmée ou confirmée. S'il s'est trouvé des cas de discrimination tarifaire pour les mauvais payeurs, il ne semble pas s'agir d'une pratique systématique : resterait d'ailleurs à prouver que les plus mauvais payeurs, connus comme tels, paient *toujours* plus cher.

d'autres quartiers. Ce qui était possible dans une grande ville l'était sans doute aussi dans une agglomération de 5 à 6.000 habitants.

⁷³⁴ M. Chot, « timbalier des Plaisirs du Duc », effectue ainsi un achat de 471 liv. 8 s. le 7 mai 1708, qui n'est soldé qu'en mai 1713 (AD 54, 49 B 290, f° 205 recto pour le brouillard de vente ; AD 54, 49 B 293, f° 107 pour le grand livre des ventes).

Conclusion : L'introuvable « révolution de la consommation » dans la Lorraine du XVIIIe siècle

Quelle fut l'ampleur de l'extension de la consommation marchande des commodités au XVIIIe siècle ? Si l'on prend comme test les transformations de l'appareil commercial en Lorraine, on peut conclure à une modeste augmentation des quantités consommées par habitant, portée notamment par une diversification de l'offre disponible. La présence des boutiques sur le territoire s'est ainsi renforcée au fil du siècle, tant par rapport à la population qu'en valeur absolue. C'est le signe d'une extension géographique - mais aussi donc sociale - de la consommation marchande, dans les villes comme dans les campagnes : à la veille de la Révolution la clientèle populaire était de fait majoritaire chez les marchands de commodités. L'extension de la consommation marchande est également passée par les catégories les plus aisées de la population, séduites par une démultiplication des types de produits et de leurs qualités largement promue par les boutiquiers.

A l'image de l'ensemble de l'économie française XVIIIe siècle, les évolutions de l'appareil commercial s'apparentent plus à des améliorations partielles et à des innovations sectorielles, qu'à des mutations profondes des structures. La progression de la consommation de commodités était ainsi d'autant plus limitée que son niveau était sans doute assez élevé dès le début du siècle. Le semis des boutiques sur le territoire était en effet assez important vers 1700 : la consommation marchande était alors largement pratiquée par des segments importants de la population, dans les villes comme à la campagne - y compris donc parmi les classes populaires. Par ailleurs, les modalités de distribution des biens n'ont pas connu de grandes transformations : le mouvement de spécialisation commerciale n'a guère débordé hors des principales villes, de même que la diffusion des pratiques marchandes les plus innovantes - recours à la publicité, jeu sur l'attractivité des boutiques ou vente à prix fixe.

Quel renforcement de la circulation des marchandises ?

L'appareil commercial lorrain se renforce tout au long du XVIIIe siècle, sans pour autant connaître de transformations de grande ampleur. Dès les années 1700, le semis de boutiques sur le territoire est important : les proportions sont assez élevées dans les villes, et les campagnes ne sont en aucun cas des déserts commerciaux. Les *ratios* marchands des villes et des bourgs tendent certes à progresser à l'échelle du siècle, et les probabilités d'apparition des marchands dans les villages augmentent quelque peu, mais les niveaux atteints dans les années 1780 ne sont pas d'un ordre de grandeur différent de ce que l'on retrouve au début du siècle. Dans l'ensemble donc, l'augmentation du nombre de marchands dans la province doit être assez largement proportionnelle à la hausse de la population - qui croît à peu près de 80 % entre 1700 et 1790.

L'analyse menée à une échelle temporelle et géographique plus fine laisse cependant apparaître des rythmes de progression différenciés. Les petits villages voient ainsi les probabilités de présence de commerçants s'accroître jusque vers 1750, ce qui témoigne d'une participation croissante des populations rurales à la consommation marchande. La progression des *ratios* marchands dans les villes est quant à elle principalement sensible dans la première moitié du siècle dans les localités les plus engagées dans la coordination régionale des flux commerciaux comme Nancy ou Mirecourt - en d'autres termes, dans les villes où résidaient les « marchands-magasiniers », grossistes assurant la redistribution dans la province des

marchandises importées. Le renforcement des pôles de redistribution des marchandises accompagne ainsi dans une large mesure la forte croissance économique du début du XVIII^e siècle, et traduit l'insertion croissante de la Lorraine dans les circulations interrégionales.

Ces tendances à la progression, toutes modestes qu'elles soient, semblent en tout cas s'essouffler vers le milieu du siècle. D'autres signes en témoignent : entre les années 1750 et les années 1780, on constate une stagnation, voire une baisse, du volume d'affaires brassé par les boutiquiers. Cela ne veut pas dire bien sûr que le niveau de marchandises en circulation dans la province a diminué : à nombre de commerçants plus élevé, un niveau d'affaires moyen stable permet une hausse du volume des échanges. De fait, entre les années 1730 et les années 1780, la quantité de marchandises en circulation croît, en valeur de 60 à 70 % environ : rapportés à la croissance de la population entre ces mêmes dates, cela correspond à une légère hausse de la quantité de marchandises disponibles par habitant. La modestie de ces chiffres ne nous permet donc pas, d'un strict point de vue quantitatif, de parler de « révolution de la consommation » pour la Lorraine du siècle des Lumières.

Les mutations de l'offre : les marchands et la nouveauté

Si l'on se penche sur les produits mis à disposition des consommateurs, la conclusion ne peut être aussi tranchée. L'appareil commercial lorrain, grossistes comme détaillants, a en effet introduit dans la province tout au long du siècle de larges quantités de produits nouveaux, entretenant même un renouvellement intense des biens et des qualités proposés : plus de 60 % des étoffes disponibles dans les boutiques lorraines dans les années 1780 étaient ainsi inconnues dans les années 1720. Signe de l'intensité des phénomènes de mode au XVIII^e siècle, 40 % des tissus proposés dans les années 1780 étaient inconnus en 1750. Le jeu sur les qualités a également constitué un vecteur important de l'innovation de produits. Les coloris des étoffes ont ainsi connu une grande transformation entre le début et la fin du siècle : si se maintiennent les couleurs élémentaires, on voit progresser à partir des années 1750 les teintes les plus claires. De cette manière, les commerçants lorrains ont contribué à acculturer les populations locales, notamment celles des campagnes, à la nouveauté, stimulant ainsi leur curiosité, voire leur désir de consommer. Sans donc que leurs volumes d'affaires aient considérablement progressé, les marchands ont pu favoriser – sinon initier – des transformations culturelles de grande ampleur en matière de rapport aux objets.

La portée de ces observations, souvent formulées dans la littérature sur la boutique au XVIII^e siècle, doit cependant être pondérée. L'analyse des stocks d'étoffes chez les grossistes et les détaillants suggère en effet que dominaient quantitativement chez eux les produits les plus stables – c'est-à-dire les plus éprouvés sur le siècle : chez les uns comme chez les autres, elle atteignait en valeur 60 à 70 % de l'ensemble dans les années 1750. Le nombre de produits disponibles chez les grossistes, qui desservaient les petits commerçants de la province, était en outre nettement moindre que chez les détaillants – et notamment les plus importants d'entre eux, installés dans les grosses villes. La consommation d'étoffes des Lorrains était donc en fin de compte assez routinière, et n'accordait qu'une place secondaire à la nouveauté. L'innovation de produit n'en jouait pas moins un rôle important. Elle servait tout d'abord de produit d'appel, chez les détaillants comme chez les grossistes : un des moyens de se distinguer de collègues – et concurrents ! – à l'offre finalement assez indistincte était de proposer des produits « de mode ». Elle contribuait aussi, plus généralement, à limiter l'engorgement des marchés en jouant sur le désir de nouveauté des consommateurs.

La nature des innovations dans le « monde des biens » au XVIII^e siècle était cependant complexe. Un certain nombre d'entre elles n'étaient en fait que des innovations de qualité. Les fabricants de marchandises stables s'efforçaient, pour stimuler le goût des consommateurs, de proposer de nouvelles couleurs ou de nouveaux motifs : la nature du

produit proposé ne changeait pas, seulement son aspect et ses finitions. De fait, une bonne partie de l'innovation se dissimule derrière la stabilité des types de biens proposés par les fabricants : les 70 % d'étoffes stables disponibles chez les détaillants étaient vraisemblablement soumis à des variations annuelles fortes. Les innovations de produits étaient quant à elles nombreuses, mais la plupart n'étaient pas durables et n'étaient écoulées par les fabricants que quelques années : il s'agissait en fait généralement de biens issus des manufactures d'étoffes stables, que les fabricants de ces places utilisaient pour diversifier leur offre.

La diversité et le renouvellement étaient largement organisés par les marchands-fabricants de quelques grandes places – dont la position dominante n'a guère été remise en cause à l'échelle du siècle. Les grandes directions d'approvisionnement du commerce d'importation lorrain sont ainsi en place dès les années 1720, et ne varient plus jusqu'à la fin du siècle : les étoffes de soie et les accessoires de modes viennent de Lyon ; les draperies communes de Champagne, de Picardie ou de l'Ouest du Royaume arrivent en Lorraine par Reims ou Troyes ; les petits lainages du Sud de la France sont redistribués par les négociants lyonnais ; les indiennes et étoffes d'Angleterre et d'Allemagne sont vendues par ceux de Francfort ; une bonne partie des cotonnades et de la passementerie est fournie par les marchands-fabricants de Bâle ou de Zurich. Les denrées coloniales sont essentiellement fournies par des commerçants hollandais d'Amsterdam et Rotterdam, et les produits d'épicerie provençaux sont expédiés par les commerçants de Lyon. Les importations lorraines s'appuient en fin de compte sur deux pôles majeurs du commerce interrégional, Lyon et Francfort, et sur une poignée de grandes places manufacturières et commerciales : Reims, Troyes, Bâle, Zurich, Amsterdam, Rotterdam. Le commerce d'importation dans la Lorraine du XVIIIe siècle est ainsi marqué par l'induration des directions d'approvisionnement : celle-ci repose autant sur la faible substituabilité des biens entre les différentes places de production – chacune disposant de fait d'une niche –, que sur la « dépendance de sentier » induite par les relations de longue durée entre maisons de commerce et nourrie par des privilèges douaniers provinciaux favorisant les flux d'importation en provenance des espaces germaniques et alémaniques.

Les mutations dans l'appareil de distribution

L'importance économique de la nouveauté pour les détaillants a sans doute contribué à transformer progressivement les relations entre les boutiquiers et leurs fournisseurs – aussi bien les grossistes lorrains que les marchands-fabricants des grandes places extérieures. Le renouvellement constant des types de produits et de leurs qualités imposait aux détaillants un important effort d'information sur les marchandises : c'est ainsi que les petits commerçants lorrains rendaient plusieurs fois l'an visite aux grossistes des grosses villes des Duchés dans leurs magasins ou sur les foires, pour s'enquérir de « ce qu'ils avaient de plus nouveau ». Parce que la concurrence entre eux était assez vive, les marchands-magasiniers faisaient de la nouveauté un argument commercial. Un des instruments de la diffusion des innovations étaient les commis-voyageurs, que les grossistes envoyaient à travers la Lorraine voire dans les territoires avoisinants pour y présenter des échantillons de produits et récupérer les commandes : l'accélération des rythmes de renouvellement des biens générait ainsi l'apparition de nouvelles pratiques commerciales. Elles n'étaient en réalité pas l'apanage des marchands de la province : les tournées des commis et les cartes d'échantillon ont vraisemblablement été introduites dans les Duchés à l'imitation des pratiques ayant cours dans le grand commerce interrégional. Elles n'y ont cependant pas exactement le même rôle. Les fournisseurs des marchands importateurs lorrains étaient pour la plupart des marchands-fabricants. Les échantillons qu'ils présentaient à leurs clients potentiels correspondaient non

pas à des produits qu'ils avaient en stock, mais à des pièces qu'ils allaient donner à fabriquer une fois la commande passée : ils s'inséraient ainsi dans des processus de production en flux tendus.

Pouvoir proposer des nouveautés à moindre coût est sans doute une des raisons pour lesquelles les détaillants recouraient moins aux marchands-magasiniers à la fin du XVIII^e siècle que dans les années 1750. Les grossistes importateurs étaient en effet les « médiateurs de la sélection », et contribuaient à introduire dans la province des marchandises qu'ils avaient eux-mêmes en grande partie choisies. En se passant progressivement des services des grossistes, les détaillants étaient en mesure de procéder eux-mêmes à la sélection des marchandises et de leurs qualités, tout en économisant sur les frais d'intermédiation – ce que les marchands-fabricants extérieurs comprenaient bien, qui leur envoyaient également leurs commis-voyageurs porteurs d'échantillons.

L'ampleur de ces transformations ne doit une fois de plus pas être exagérée. Encore à la fin du siècle, les marchands-magasiniers conservaient une position majeure dans l'importation et la sélection des commodités consommées dans la province. En outre, et plus fondamentalement, les relations d'affaires entre grossistes et détaillants ne s'étaient pas profondément modernisées, et restaient profondément personnalisées. Le fonctionnement des marchés de produits à l'échelle de la province reposait en effet sur les rapports personnels qu'entretenaient entre eux les commerçants. Les marchands-magasiniers ne plaçaient ainsi pas tous leurs clients sur un pied d'égalité : les plus riches, en relations d'affaires constantes avec la maison depuis des années et engagés avec elle dans une économie des échanges de bons procédés bénéficiaient d'un traitement de faveur. Ces « amis » - ou « pratiques » comme les désignaient le jargon marchand – étaient servis en marchandises les premiers, avec soin, et se voyaient passer leurs commandes à un prix modéré. Ces relations de connivence étaient bien évidemment recherchées par les détaillants, qui y voyaient l'assurance de disposer de marchandises de bonne qualité à des prix satisfaisants. De leur côté, les grossistes gagnaient à avoir une clientèle fidèle et stable, qui leur garantissait de pouvoir écouler une quantité importante de marchandises à chaque campagne d'achats. En hiérarchisant de la sorte leurs relations d'affaires, les marchands accordaient une prime aux partenaires les plus fiables : c'était vraisemblablement un moyen de les encourager à poursuivre les relations, dans une économie où le niveau de vente des biens était sans doute peu prévisible d'une année sur l'autre.

L'appareil commercial et l'extension des marchés de consommation

Malgré la grande incertitude qui pesait sur les possibilités d'écouler ses marchandises, on assiste à l'échelle séculaire à une extension progressive de la consommation de commodités. Un des signes les plus tangibles en est l'accroissement du nombre de commerçants spécialisés. Qu'entendre par là ? Il n'existait à vrai dire pas de « marchands généralistes » au sens où Mui et Mui l'entendent : même si beaucoup de commerçants vendaient de tous les types de produits, ils étaient tous spécialisés dans un grand type de marchandises. Dans le commerce des commodités, on pouvait en particulier en distinguer trois : les marchands-drapiers, vendeurs d'étoffes ; les merciers, vendeurs de tous les produits à l'exception des étoffes ; les merciers-épiciers, similaires aux merciers mais chez qui les produits d'épicerie tenaient une part importante voire prépondérante. Si quelques marchands-drapiers pouvaient vendre un peu d'épicerie comme produit d'appel à destination de leurs clients, le cœur de leurs activités était bien la vente d'étoffes et d'accessoires de parure.

Au sein de ces trois grandes familles de marchands de commodités, on pouvait toutefois trouver plusieurs niveaux de spécialisation, du commerçant fournissant une gamme étendue de marchandises à celui spécialisé dans un seul produit, en passant par celui tourné

vers un seul type de produits : on trouvait ainsi des marchands d'étoffes généralistes – spécialisation large –, des marchands d'indiennes – hyperspécialisation – et des marchands de toiles – spécialisation étroite. L'hyperspécialisation et la spécialisation étroite sont justement en progrès au cours du siècle, dans les grandes villes surtout, mais aussi de manière plus discrète dans les petites villes et les gros bourgs – les villages restant quant à eux à l'écart de ces dynamiques. Ce progrès des spécialisations les plus poussées s'explique à la fois par la diversification de l'offre, qui incite les commerçants à se spécialiser pour être en mesure de proposer une gamme large et satisfaisante à des consommateurs exigeants, et par l'existence d'une demande importante pour des biens de consommation très précis.

Le XVIII^e siècle est marqué par une hausse de la demande. L'ampleur de cet accroissement ne tient selon toute vraisemblance pas seulement à la hausse de la population : en effet, la quantité de commodités en circulation par habitant était sans doute de 20 à 30 % plus élevée dans les années 1780 que dans les années 1730. Cela suppose un élargissement des marchés de consommation, qui peut être dû :

- 1) A un accroissement de la consommation par tête des plus aisés, en particulier la noblesse et les élites roturières urbaines, que l'on peut à bon droit considérer comme les principaux consommateurs dès le début du XVIII^e siècle ;
- 2) A un essor de la consommation des classes populaires, qui serait favorisé par la stabilité voire la baisse du prix réel des commodités : les salaires ont certes stagné au XVIII^e siècle, mais le prix des étoffes n'augmente pas et celui des produits d'épicerie baisse sensiblement. Par ailleurs, les ménages voient leurs revenus vraisemblablement croître, avec l'essor du salariat féminin. De plus, le semis de plus en plus dense de boutiques sur le territoire accoutume les populations à la nouveauté et aux innovations de produits, stimulant la curiosité et *in fine* la demande.
- 3) A l'intégration croissante des campagnes dans les marchés de consommation des commodités : la présence de détaillants en commodités dans les campagnes, comparable à celle que l'on retrouve pour la même période en Angleterre ou aux Provinces-Unies, témoigne de l'existence d'une demande en ces produits jusque dans de petits villages. Dès le début du siècle au moins se manifeste donc parmi les catégories populaires une consommation marchande non-négligeable. Elle est vraisemblablement en hausse au fil du siècle, en témoigne la croissance du nombre de boutiques dans les campagnes.
- 4) Au développement des pratiques de consommation de nouveaux publics, notamment les femmes : parmi les catégories populaires, il se peut que l'essor de la consommation de commodités soit dû en partie à un recours croissant des femmes à la boutique. Etant de plus en plus souvent salariées, et gagnant de ce fait elles-mêmes leur argent, elles voient probablement leur autonomie croître. De ce fait, il se peut qu'émerge dans les classes populaires une demande féminine autonome, qui contribuerait à la poussée des consommations dans les classes subalternes.

Si l'hypothèse « haute » d'une « révolution de la consommation » nous semble excessive, l'hypothèse « basse » d'une extension géographique et sociale des marchés de consommation au XVIII^e siècle n'en est pas moins plausible. En l'absence de statistiques économiques globales, nous pouvons tout au mieux en tester la réalité, à partir de l'étude de la ventilation géographique et sociale de la clientèle des boutiques. Un tel travail a été mené pour les années 1770 et 1780, période où le niveau général de la circulation des commodités est à son maximum dans la province, où l'extension des boutiques sur le territoire est la plus forte et où la diversification de l'appareil commercial est la plus poussée. Les résultats plaident en faveur de la recevabilité de cette hypothèse « basse » :

- 1) La participation des classes populaires à la consommation de commodités était loin d'être négligeable : chez les marchands d'étoffes comme chez les merciers, les

catégories populaires représentent environ la moitié des achats et les deux tiers de la clientèle. Dans l'ensemble, les artisans, travailleurs à la journée ou domestiques faisaient des achats deux à trois inférieurs par leur montant à ceux des nobles ou des élites de la roture – niveaux modestes mais non ridicules. Il convient cependant de distinguer les niveaux de consommation au sein des classes populaires : assez faibles pour les travailleurs manuels, ils sont sensiblement plus importants pour les artisans. Il est donc loisible de penser que le petit peuple participait de manière seulement marginale à ces dynamiques consuméristes.

2) L'autonomisation de la demande féminine est modeste, mais n'est pas pour autant négligeable. Chez les boutiquiers, les femmes représentaient dans l'ensemble le tiers des consommateurs et le cinquième des achats – ce qui est nettement moins que leur part dans la population. Cela donne à penser que la plupart des achats de marchandises destinées spécifiquement aux femmes étaient réalisés sous la supervision du mari, du père voire d'un autre membre masculin de la famille. Une petite autonomisation féminine est discernable cependant, puisque 40 % des achats féminins sont effectués par des épouses en leur nom propre. Elle est probablement surtout forte dans les classes supérieures : chez les marchandes et marchands de modes, où la clientèle aristocratique et bourgeoise est nettement surreprésentée, les consommatrices autonomes sont nettement majoritaires.

3) Les niveaux de consommation des ruraux sont inférieurs à ceux des urbains, mais les types de biens consommés sont les mêmes. Dans l'ensemble, à catégorie sociale équivalente, les niveaux d'achats des ruraux étaient 30 à 50 % plus faibles que ceux des urbains. Malgré le dense tissu boutiquier couvrant les espaces ruraux, la participation des campagnards à la consommation marchande était donc relativement modeste – signe peut-être d'attitudes différentes des populations rurales devant les objets : il n'est ainsi pas à exclure que les pratiques de réutilisation des biens aient été plus vivaces à la campagne qu'à la ville. Cela ne veut pas dire pour autant que la nouveauté y ait été accueillie avec moins de ferveur. Un des principaux résultats de notre enquête est en effet la grande intégration des modèles de consommations à l'échelle de la province : mis à part pour les marchandises les plus socialement exclusives, les consommations des campagnes étaient similaires à celles des villes, et les mêmes produits se retrouvaient dans les boutiques urbaines ou rurales.

Cette dernière observation nous incite à penser que les boutiques ont joué un rôle majeur dans la formation d'une offre intégrée à l'échelle de la province, dans l'accès des classes populaires aux commodités et en définitive dans la vraisemblable extension sociale et géographique de la consommation marchande. La contribution à cette vraisemblable dynamique des nouvelles techniques de vente se développant au XVIII^e siècle – comme la publicité commerciale ou la mise en valeur des biens par l'aménagement intérieur des boutiques – est cependant modeste.

Les boutiquiers et la mise à disposition des biens

La diffusion des biens de consommation par les boutiquiers reposait encore dans une large mesure sur les pratiques commerciales traditionnelles, qui faisaient une large part à la personnalisation des rapports marchands. Tout comme les acteurs du négoce interrégional ou du commerce de gros d'échelle régionale le faisaient avec leurs partenaires, les boutiquiers établissaient une hiérarchie entre leurs clients. La discrimination reposait sur différents éléments qui s'entremêlaient et se renforçaient l'un l'autre - parmi lesquels l'ancienneté des relations d'affaires ou la considération sociale accordée au rang du client. Chaque client était doté d'une qualité particulière, et se voyait traité en conséquence. La différenciation se faisait

surtout au niveau des délais de paiement. Les « bons » clients disposaient ainsi d'un compte ouvert chez les marchands, et réglait leurs dettes plusieurs mois après les ventes. Il s'agissait souvent des clients fidèles, qui versaient un acompte sur leurs anciennes dettes à chacun de leurs nouveaux achats : continuité des affaires et longue durée des délais de paiement allaient de pair. A l'inverse, les clients nouveaux ou jugés de peu de crédit eu égard à leur rang social ne se voyaient pas ouvrir de compte : les délais de paiement de leurs achats étaient plus resserrés, de l'ordre de quelques semaines seulement. Il semblerait même que les « bons » clients pouvaient bénéficier de prix préférentiels, les prix auxquels les marchandises leur étaient passées étant de l'ordre de 5 % inférieurs à ceux des autres. Le mode de recrutement des clientèles témoigne lui aussi de la personnalisation importante des rapports marchands : il se faisait dans une large mesure par relations interpersonnelles, et un client entraînait en rapport avec un marchand parce qu'on le lui avait recommandé, et qu'il pouvait lui-même se recommander d'un client jugé « bon ». On n'entraînait donc pas dans une boutique au hasard, mais en considération de relations personnelles extérieures et préexistantes à la relation commerciale.

Les pratiques tendant à la dépersonnalisation des relations commerciales étaient dans le cas lorrain encore peu développées, limitées à certains secteurs d'activité et – sans grande surprise – cantonnées aux villes. Cette dépersonnalisation consiste à considérer les partenaires économiques comme des unités interchangeables, et donc à ne plus faire dépendre la teneur des affaires conclues de la qualité intrinsèque des personnes. Des pratiques comme le prix fixe peuvent y concourir : le prix de vente des produits ne dépend plus de l'estimation de la valeur du client, mais de pures considérations de rentabilité. Contribuent également à la dépersonnalisation les différentes pratiques de séduction de la clientèle, destinées à piquer la curiosité des consommateurs pour les faire entrer dans la boutique. Cela pouvait passer par le recours aux annonces publicitaires : dans ce cas, la dépersonnalisation passe par la mise en place d'un espace public de l'information commerciale, qui échappe aux simples relations d'interconnaissance. Ce processus peut aussi passer par le jeu sur l'attractivité de la boutique : l'agrément et la mise en valeur des marchandises s'intègrent dans une stratégie de séduction de la clientèle, qui ne se rend plus chez le marchand par recommandation personnelle mais attiré par son bon goût. L'entrée du client dans une relation commerciale avec un boutiquier ne se fait alors plus par l'intermédiation d'autres personnes, mais repose sur la reconnaissance de la compétence supposée du boutiquier par le client. La diffusion de ces nouvelles pratiques commerciales est réelle entre les années 1750 et les années 1780, mais reste limitée à certains lieux et certains secteurs :

- 1) Dans le commerce de détail, le recours à la publicité commerciale passait par les seuls moyens de diffusion de l'information à grande échelle, à savoir la presse. Celle-ci était en Lorraine – comme ailleurs en province, du reste – balbutiante, et rares sont les titres à avoir été publiés avec une périodicité satisfaisante sur une période assez longue entre les années 1770 et la Révolution. Les seules annonces publicitaires publiées étaient insérées dans les *Affiches d'Austrasie*, paraissant à Metz, et faisaient la part belle aux marchands d'accessoires de parure ou d'ornement d'intérieur de la ville. Les marchands forains spécialisés dans ces types de commodités recouraient également largement à ce type de procédé publicitaire. Les annonces et avis étaient en fait surtout employés par des commerçants actifs dans des branches où les effets de mode étaient importants – ce qui supposait un écoulement rapide des produits – et pour lesquels la demande était relativement étroite. Il s'agissait en effet de marchandises de luxe, inaccessibles à une clientèle populaire : ceci est cohérent avec l'insertion d'avis dans des journaux diffusés à quelques centaines d'exemplaires seulement, et lus uniquement par les élites sociales. La pratique de l'annonce publicitaire est ainsi le signe d'un risque permanent d'engorgement sur des segments

spécifiques des marchés de consommation, tournés vers la satisfaction des besoins de luxe des populations les plus aisées.

2) D'autres innovations furent nettement plus décisives. La mise en valeur des marchandises par le soin accordé à l'ornementation de la boutique s'est ainsi fortement diffusée dans les villes entre les années 1750 et les années 1780 – les boutiques des campagnes restant en effet largement à l'écart du mouvement. Dans les années 1780, c'étaient les deux tiers des marchands urbains de notre échantillon qui se souciaient du bon agencement de leurs boutiques – contre un quart seulement dans les années 1750. Ces transformations étaient en particulier très fortes chez les marchands d'étoffes. La hausse probable de la concurrence entre commerçants, stimulée par une offre de marchandises en renouvellement constant et nécessitant un écoulement rapide, a vraisemblablement entretenu cette transformation des pratiques commerciales. Il est assez révélateur que les campagnes, où les marchandises de modes étaient moins diffusées qu'à la ville et où les marchands étaient souvent sans concurrent dans leurs villages, n'aient pas connu cette tendance croissante à soigner les agencements : dans des contrées où la concurrence commerciale et la pression des stocks à écouler se faisait moins sentir que dans les villes, les techniques de commercialisation ancienne pouvaient se maintenir.

Malgré des techniques commerciales encore largement traditionnelles, les boutiques ont pu contribuer à l'extension de la demande, voire à son décloisonnement social. Dans les faits, dès les années 1750, la différenciation sociale de la demande chez les clients de Germain Empereur dépendait moins du statut du consommateur que de son niveau de richesse : les étoffes de consommation courante étaient diffusées dans toutes les couches de la population, et les étoffes de luxe étaient consommées autant par les nobles que par les élites de la roture. Les plaintes des moralistes devant le brouillage social introduit par les progrès de la mode et l'extension des marchés de consommation avaient donc un fond de vérité : le poids des modèles de consommation dictés par le rang était en recul, ce qui participe de la grande dynamique de modernisation des sociétés à l'œuvre entre le XVIIIe et le XIXe siècle. L'ironie veut cependant que la modernité de cette perte de lisibilité du monde social ait été portée par des boutiques aux pratiques marchandes encore bien proches du passé.

Annexe 1 : Foires et marchés de Lorraine en 1793

District de Blâmont.

- *Blâmont : marchés tous les vendredis ; foires les 25 février, 25 juin et 29 septembre.
- *Badonviller : marchés tous les lundis et tous les jeudis ; foires le 11 novembre et mi Carême. Mais rien du tout dans le relevé de prairial an II.
- *Cirey : marché tous les 15 du mois. Pas mentionné dans le relevé de pluviôse, mais mentionné en prairial an II.

District de Lunéville.

- *Lunéville : trois marchés par semaine, 4 foires.
- *Gerbéviller : un marché par semaine, 3 foires.
- *Baccarat et Badménil : un marché par semaine (mention seulement en pluviôse et dans le relevé de la fin de l'été 1793 : oublié dans le relevé de juillet 1793 ?).

District de Nancy.

- *Nancy : marchés les jeudis et samedis, foires le 19 mai.
- *Pas de mention des foires de Saint-Nicolas ?

District de Pont-à-Mousson.

- *Pont-à-Mousson : marchés les mercredis et samedis ; 2 foires : les 25, 26 et 27 avril ainsi que les 16, 17 et 18 août.
- *Nomeny : marchés tous les jeudis.
- *Thiaucourt : marchés tous les vendredis ; 2 foires : le lendemain de la Pentecôte et le 28 octobre.
- *Essey et Maizeray : 2 jours de foire dans l'année.

District de Vézelize.

- *Vézelize : deux marchés par semaine ; 4 foires par an.
- *Colombey-les-Belles : un marché par semaine et 3 foires par an. Pas mentionnés en pluviôse.
- *Haroué : deux foires par an. Pas de mention en pluviôse.

District d'Epinal. Etats de juin et juillet 1793, de floréal an II.

- *Epinal : marchés le samedi ; foires le mercredi.

District de Mirecourt. Etats de septembre 1793 et de prairial an II (P).

- *Mirecourt : marchés tous les samedis (pas de mention en P) ; foires les 18 février, 27 mai, 9 septembre et 13 décembre.
- *Boulaincourt : foire le 16 août.
- *Mattaincourt, Maroncourt et Mazérot : foires les 18 mars, 6 avril, 30 juin, 17 septembre, 15 novembre.
- *Poussay : foire le 29 octobre.
- *Charmes : marchés tous les vendredis (pas de mention en P) ; foires les 17 avril, 11 mai, 25 août et 29 novembre.
- *Dompaire : foires les 14 janvier, 10 mai et 30 août.
- *Ville-sur-Ilion : marchés tous les vendredis ; foires les 3 février, 26 mai et 9 octobre.
- *Vittel et Domèvre : foires les 20 février, 11 mai, 11 août et 17 octobre.

District de Saint-Dié. Etats d'août 1793 de germinal an II.

- *Saint-Dié : marché le mardi ; foire le mardi (?).
- *Fraize : marché et foire le vendredi.
- *Raon-l'Etape : idem, le samedi.
- *Saales : idem, le lundi.

District de Rambervillers. 1^e état de juillet 1793, second de prairial an II.

- *Rambervillers : marché le samedi ; foires le 7 février, le 5 mai, le 25 juillet, le 15 septembre, le 14 novembre et le 27 décembre. Relevé de prairial indique que les foires se tiennent respectivement à Rambervillers, Autrey, Saint-Benoît, Brû, Bult (le 1^e jeudi après le 11 novembre) et Saint-Gorgon. Marché se tient où, à Brû ?
- *Châtel-sur-Moselle : marché le vendredi ; foires le 21 mai et le 19 octobre. Idem, respectivement à Châtel (le lendemain des fêtes de Pentecôte) et Igney. Marché se tient où, à Frison ?

District de Remiremont. Brumaire an II.

- *Remiremont : marché le vendredi ; foire le mardi.
- *Rupt : foire le mercredi.
- *Ramonchamp : marché le samedi ; foire le lundi.
- *Bussang : foires le lundi.
- *Ban Saint-Joseph : foire le lundi.
- *Cormimont : foire le mercredi.
- *Plombières : foire le jeudi.
- *Valdajol : foires le lundi.

District de Bruyères. Etats d'août 1793, de ventôse et de prairial an II.

- *Bruyères : 52 marchés et 7 foires annuellement.
- *Docelles : 52 marchés (en prairial) et 4 foires.
- *Corcieux : 52 marchés (en ventôse et prairial) et 2 foires (4 en prairial).
- *Granges : 52 marchés (en prairial) et 4 foires.
- *Gérardmer : 52 marchés et 2 foires.

District de Darney. Etats de juillet 1793, de nivôse et de prairial an II.

- *Darney : marchés le vendredi ; foires les 1^e février, 1^e avril, 1^e juillet et 1^e octobre.
- *Bains : marchés le vendredi.
- *Fontenoy : 5 foires par an. Plus mentionnées en nivôse ni en prairial.
- *Monthureux-sur-Saône : marchés le jeudi ; foires : les 31 janvier, 14 mars, 16 mai, 27 juin, 26 septembre, 31 octobre, 19 décembre.

District de Mouzon-sur-Meuse (Neufchâteau). Etats du 2 août 1793, de ventôse et thermidor an II.

- *Neufchâteau : marchés les mercredis, vendredis et samedis ; foires le lundi de la semaine sainte, le 26 juillet, le 30 septembre et le 1^e décembre (le 21 en thermidor).
- *Bulgnéville : marchés le mercredi ; foires le 10 avril, le 26 juin, le 11 septembre et le 7 décembre.
- *Châtenois : marchés le mardi ; foires les 14 février, 25 mai, 2 août (le 25 en thermidor), 15 septembre et 24 décembre.
- *Grand : marché le mercredi ; foires les 24 février, 22 juillet et 4 novembre.
- *Liffol-le-Grand : marché le vendredi ; foires les 20 janvier (le 2 en ventôse et thermidor), 1^e mai, 28 juillet et 18 octobre (le 1^e en ventôse et thermidor).
- *Ruppes : foires les 3 février, 9 mai, 7 septembre (notées en décembre en pluviôse et en thermidor) et 3 novembre. En ventôse : ces dernières foires sont indiquées comme se tenant à Autreville, annexe de Ruppes. Dans cette localité sont mentionnées des foires le 20 mars, le 1^e mai, le 1^e août et le 2 octobre.
- *Vicherey : marché le vendredi ; foires les 7 janvier, 4 mars, 15 juillet et 12 novembre.
- *Rollainville : foires les 11 mars, 23 juillet, 19 octobre et 9 décembre. En ventôse, indiquées à Rémoville.

District de La Marche. Etats de juillet 1793, de septembre 1793, de pluviôse an II.

- *La Marche : marchés le vendredi ; foires les 23 avril, 3 août, 18 octobre et 29 décembre.
- *Martigny : marchés le mercredi (le mardi en septembre 1793) ; foires les 20 janvier, 28 avril, 21 juillet et 8 octobre.
- *Damblain : marchés le mercredi (le mardi en septembre 1793 et pluviôse) ; foires le mercredi avant le dimanche des Rameaux (le mardi en septembre 1793), le mercredi avant la Saint-Jean, les 25 août (29 août en sept. 93, idem en pluviôse) et 25 novembre (25 décembre en sept. 93, retour au 25 novembre en pluviôse).
- *Vrécourt : marchés le mardi (apparaissent en sept. 93, maintenus en pluviôse) ; foires les 22 janvier, 30 avril, 23 juillet et 10 octobre.
- *Ische : marchés le samedi ; foires 7 mardis par an.
- *Châtillon : marchés le vendredi ; foires les 25 février, 6 juin, 29 août et 11 novembre.

District de Vaucouleurs-Gondrecourt. Etats d'août 1793 et de ventôse (V) an II.

- *Gondrecourt : 2 marchés par semaine et 4 foires annuelles.
- *Vaucouleurs : 2 marchés et 3 foires.
- *Pagny-le-Blanche-Côte : 4 foires.
- *Meixey-sur-Vaise : 4 foires.
- *Demange-aux-Eaux : un marché par semaine (N).
- *Moutiers-sur-Saux : 1 marché par semaine et 4 foires par an (apparition des deux en N.)

District de Commercy. Etats de juillet 1793 et ventôse an II (pas de mention de marché à cette date).

*Commercy : marchés les lundis et vendredis ; foires le 1^e lundi de Carême, le 1^e lundi de mai, les 26 juillet, 15 septembre et 6 décembre.

*Void : marchés le vendredi ; foires le 1^e jeudi de mai et le 24 novembre.

District de Saint-Mihiel. Etats de juillet 1793, plus deux états de frimaire an II.

*Saint-Mihiel : marchés les mercredis, vendredis et samedis ; foires les 1^e février, 2 juillet, 10 août (le 6 ou 16, en F., les états ne concordent pas) et 30 septembre.

*Saint-Rémy : foire le 1^e octobre.

*Saint-Maurice : foire le 24 juin.

District d'Etain. Etats de juillet 1793 et de nivôse (N) an II.

*Etain : marchés les mardis et vendredis ; foires à la Quasimodo, le 18 octobre et à la Saint-Luc (revoir la date).

*Arrancy : marchés le lundi ; foires les 4 mai et 15 septembre.

*Mangiennes : marchés le mercredi. (disparition en N.)

*Billy-sous-Mangiennes : foires le mercredi avant la Semaine Sainte, les 30 juin et 4 novembre.

*Moulotte : foire le 25 juillet.

*Riaville : foire le 24 juin.

*Rouvres : foire le 29 avril (apparition en N.)

Hors du ressort de la Juridiction Consulaire de Lorraine et Barrois :

District de Senones. 9 messidor an II.

*Senones : marché le vendredi ; foires le vendredi avant les Rameaux, le vendredi avant la Pentecôte, le 20 septembre et le 20 décembre.

District de Toul.

*Toul : deux marchés par semaine, 2 foires par an.

*Blénod-lès-Toul : un marché par semaine ; 3 foires par an (pas de mention dans le relevé général établi à la fin de l'été : 3 foires indiquées pour Bulligny).

*Foug : deux foires par an.

District de Bar-sur-Ornain (Bar-le-Duc), état dressé en deux temps, entre frimaire et nivôse an II.

*Bar : marché tous les jours du lundi au samedi ; foires le 22 janvier, le lundi suivant la mi Carême, le 25 juin, le 26 août et le 29 octobre.

*Ancerville : marché le vendredi ; foires le 1^e décembre, le 3 février, le lundi saint, le 29 octobre.

*Cousance : foires le 22 décembre et le lendemain du dimanche de la Passion.

*Mongnéville : marché le mercredi ; foire le 7 décembre.

*Chardogne : marché le dimanche.

- *Ligny : marchés les mardis, vendredis et samedis ; foires les 3 janvier, 3^e mardis après Pâques et 4 septembre.
- *Loisey : marchés le mercredi.
- *Les Marats (?) : marchés le jeudi.
- *Chaumont-sur-Aire : marchés le dimanche.
- *Condé : marchés le jeudi ; foires le 19 octobre, le deuxième mardi après Pâques.
- *Vaubécourt : marchés le jeudi ; foires le 6 mai, le 25 octobre.
- *Rembercourt-aux-Pots : foires les 15 février, 2 mai et 21 septembre.
- *Noyers : marchés le jeudi.
- *Laheicourt : marchés le lundi ; foires les 9 mai et 10 novembre.
- *Revigny : foires le mardi suivant la Pentecôte, le 14 septembre, le mardi suivant la Toussaint, le mardi suivant le 18 janvier.
- *Saudrupt : marchés le jeudi.
- *Stainville : marché le vendredi.

Annexe 2 : Liste des lieutenances consulaires dans le dernier tiers du XVIII^e siècle

1770	1774	1778	1791
Epinal	Epinal	Epinal	Epinal
Neufchâteau	Neufchâteau	Neufchâteau	Neufchâteau
Saint-Nicolas	Saint-Nicolas	Saint-Nicolas	Saint-Nicolas
	Sarreguemines	Sarreguemines	Sarreguemines
Mirecourt	Mirecourt	Mirecourt	Mirecourt
Blâmont	Blâmont	Blâmont	Blâmont
Dieuze	Dieuze	Dieuze	Dieuze
Saint-Mihiel	Saint-Mihiel	Saint-Mihiel	Saint-Mihiel
	Charmes	Charmes	Charmes
	Bruyères	Bruyères	Bruyères
	Darney	Darney	Darney
	Longuyon	Longuyon	Longuyon
	Cons-la Grandville	Cons-la Grandville	Cons-la Grandville
Bitche	Bitche	Bitche	Bitche
	Rambervillers	Rambervillers	Rambervillers
Marsal	Marsal	Marsal	Marsal
Commercy	Commercy	Commercy	Commercy
Pont-à-Mousson	Pont-à-Mousson	Pont-à-Mousson	Pont-à-Mousson
Remiremont	Remiremont	Remiremont	Remiremont
		Morhange	Morhange
	Etain	Etain	Etain
		Bourmont	Bourmont
Lunéville	Lunéville	Lunéville	Lunéville
		Vézelise	Vézelise
Saint-Dié	Saint-Dié	Saint-Dié	Saint-Dié
Raon-l'Etape	Raon-l'Etape	Raon-l'Etape	Raon-l'Etape
			Bouquenom
			Plombières
			Fontenoy-le-Château

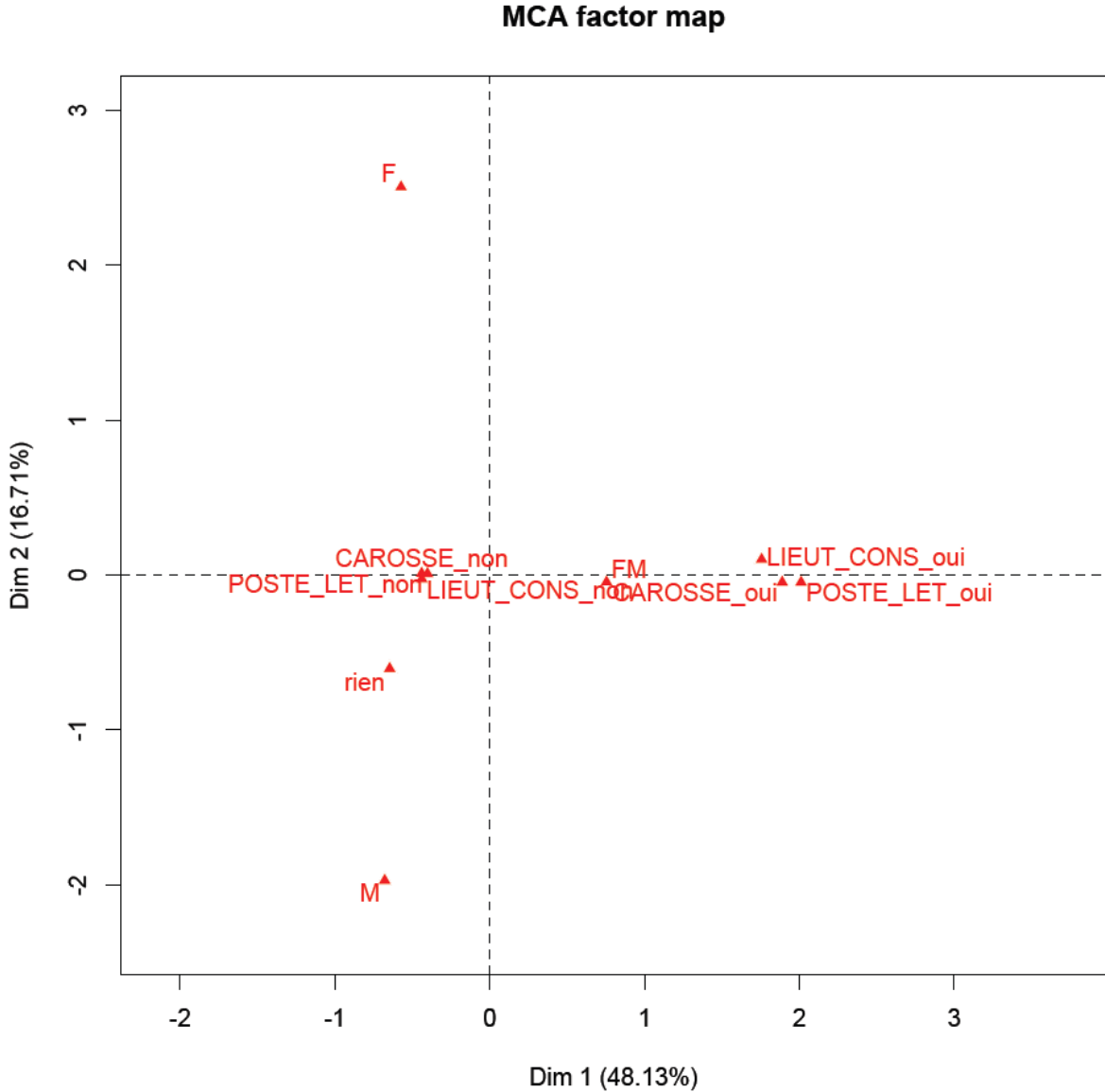
Annexe 3 : Les localités lorraines et les réseaux routiers et postaux dans les années 1780

Localités (1)	Localisation en espace montagneux ?	Population 1793	Foires et marchés ?	Indice de connexité	Raccordement au carrosse ?	Présence d'une poste aux lettres ?
Anould	oui	1395	rien	3	non	non
Badonvillers	non	1766	FM	2	non	non
Bains-les-Bains	non	1823	M	6	non	non
Ban-de-Laveline	oui	1358	rien	0	non	non
Ban-de-Sapt	oui	1313	rien	0	non	non
Ban-sur-Meurthe	oui	1181	rien	0	non	non
Bellefontaine	oui	1753	rien	2	non	non
Blâmont	non	1859	FM	4	oui	oui
Boulaincourt	non	126	F	2	non	non
Bouxières-aux-Chênes	non	1093	rien	2	non	non
Bruyères	oui	1912	FM	5	oui	non
Bussang	oui	1429	FM	2	non	non
Celles-sur-Plaine	oui	1080	rien	2	non	non
Charmes	non	2582	FM	7	oui	oui
Charmois-l'Orgueilleux	non	1025	rien	2	non	non
Châtel-sur-Moselle	non	1200	FM	2	non	oui
Châtenois	non	1122	FM	3	non	non
Châtilion	non	597	FM	0	non	non
Claudon	non	1056	rien	0	non	non
Colombey-les-Belles	non	790	FM	3	oui	non
Corcieux	oui	1097	FM	4	non	non
Cornimont	oui	1769	FM	0	non	non
Damblain	non	960	FM	3	non	non
Darney	oui	1092	FM	2	non	non
Docelles	oui	615	FM	3	non	non
Dombasle-sur-Meurthe	non	1035	rien	3	non	non
Domgermain	non	1050	rien	0	non	non
Dommartin-lès-Remiremont	oui	1608	rien	3	non	non
Dompaire	non	589	F	3	non	non
Epinal	non	6688	FM	10	oui	oui
Escles	non	1108	rien	5	non	non

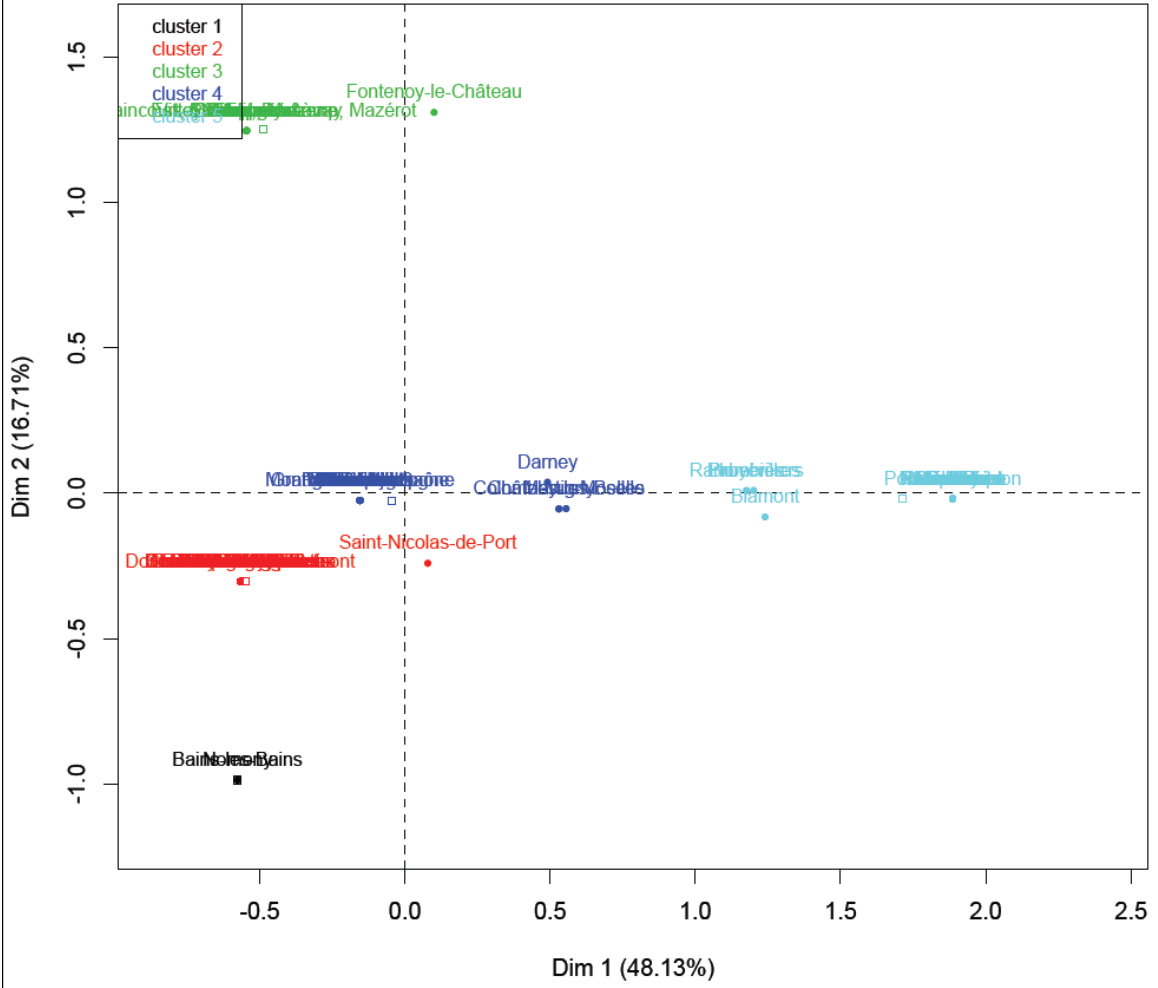
Localités (2)	Localisation en espace montagneux ?	Population 1793	Foires et marchés ?	Indice de connexité	Raccordement au carrosse ?	Présence d'une poste aux lettres ?
Essey & Maizeray	non	598	F	7	non	non
Etival	oui	1207	rien	4	non	non
Favières	non	1000	rien	0	non	non
Flavigny	non	1052	rien	6	non	non
Fontenoy-le-Château	oui	1487	F	2	non	non
Foug	non	1044	F	3	non	non
Fraize	oui	1662	FM	3	non	non
Fresse	oui	1241	rien	3	non	non
Gérardmer	oui	3934	FM	0	non	non
Gerbéviller	non	1812	FM	3	non	non
Gondreville	non	1015	rien	2	non	non
Grand	non	1079	rien	1	non	non
Granges-sur-Vologne	oui	1950	FM	1	non	non
Hadol	non	2028	rien	0	non	non
Harol	non	1030	rien	0	non	non
Haroué	non	550	F	4	non	non
Hennezel	oui	1130	rien	0	non	non
Isches	non	725	FM	5	non	non
La Bresse	oui	2210	rien	0	non	non
La Chapelle-aux-Bois	non	1673	rien	3	non	non
La Croix aux Mines	oui	1260	rien	0	non	non
Lamarche	non	1674	FM	5	non	non
Le Clerjus	oui	1519	rien	2	non	non
Le Ménil	oui	1231	rien	0	non	non
Liffol-le-Grand	non	1463	rien	0	non	non
Liverdun	non	1007	rien	0	non	non
Lunéville	non	11691	FM	8	oui	oui
Lusse	oui	1159	rien	0	non	non
Martigny	non	1073	FM	2	oui	non
Mattaincourt, Maroncourt & Mazérot	non	834	F	0	non	non

Localités (3)	Localisation en espace montagneux ?	Population 1793	Foires et marchés ?	Indice de connexité	Raccordement au carrosse ?	Présence d'une poste aux lettres ?
Mirecourt	non	4946	FM	10	oui	oui
Monthureux sur Saône	non	1340	FM	0	non	non
Moyenmoutier	oui	1519	rien	4	non	non
Nancy	non	29141	FM	14	oui	oui
Neufchâteau	non	2831	FM	7	oui	oui
Nomeny	non	805	M	2	non	non
Plainfaing	oui	1807	rien	3	non	non
Plombières	oui	902	FM	5	non	oui
Pont-à-Mousson	non	6428	FM	7	oui	oui
Pont-Saint-Vincent	non	1023	rien	7	non	non
Poussay	non	499	F	0	non	non
Rambervillers	non	4420	FM	8	oui	non
Ramonchamp	oui	2173	FM	2	non	non
Raon-aux-Bois	oui	1200	rien	0	non	non
Raon-l'Etape	oui	2156	FM	5	oui	oui
Remiremont	oui	3401	FM	4	oui	oui
Rosières-aux-Salines	non	2127	rien	5	non	non
Ruppes	non	381	F	1	non	non
Rupt	oui	234	FM	2	non	non
Saint-Dié	oui	3554	FM	6	oui	oui
Saint-Maurice	oui	694	F	0	non	non
Saint-Mihiel	non	4510	FM	7	oui	oui
Saint-Nicolas-de-Port	non	3200	rien	7	non	non
Thiaucourt	non	1044	FM	7	non	non
Val d'Ajol	oui	4743	FM	1	non	non
Vézelise	non	1897	FM	7	oui	oui
Ville-sur-Ilлон	non	955	FM	1	non	non
Vittel & Domèvre	oui	1221	F	1	non	non
Vrécourt	non	847	FM	0	non	non

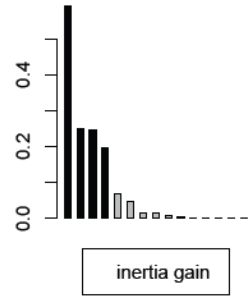
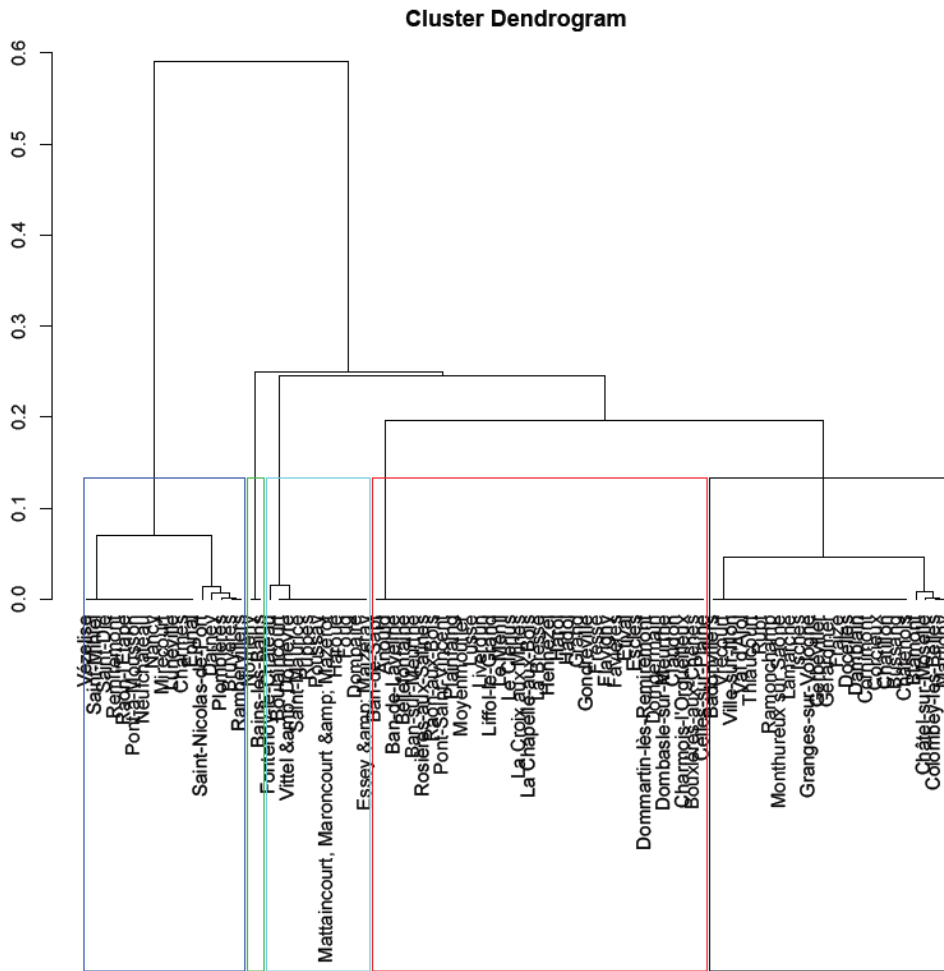
Annexe 4 : Pour une typologie commerciale des localités (analyse factorielle).



Factor map



Hierarchical clustering



Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
Bains-les-Bains	Anould	Boulaincourt	Badonvillers	Blâmont
Nomeny	Ban-de-Laveline	Dompaire	Bussang	Bruyères
	Ban-de-Sapt	Essey et Maizerais	Châtel-sur-Moselle	Charmes
	Ban-sur-Meurthe	Fontenoy-le-Château	Châtenois	Epinal
	Bellefontaine	Foug	Châtilion	Lunéville
	Bouxières-aux-Chênes	Haroué	Colombey-les-Belles	Mirecourt
	Celles-sur-Plaine	Mattaincourt, Maroncourt et Mazérot	Corcieux	Nancy
	Charmois- l'Orgueilleux	Poussay	Cornimont	Neufchâteau
	Claudon	Ruppes	Damblain	Plombières
	Dombasle-sur- Meurthe	Saint-Maurice	Darney	Pont-à-Mousson
	Domgermain	Vittel et Domèvre	Docelles	Rambervillers
	Dommartin-lès- Remiremont		Fraize	Raon-l'Etape
	Escles		Gérardmer	Remiremont
	Etival		Gerbéviller	Saint-Dié
	Favières		Granges-sur-Vologne	Saint-Mihiel
	Flavigny		Isches	Vézelise
	Fresse		Lamarche	
	Gondreville		Martigny	
	Grand		Monthureux-sur- Saône	
	Hadol		Ramonchamp	
	Harol		Rupt	
	Hennezel		Thiaucourt	
	La Bresse		Val d'Ajol	
	La Chapelle-aux-Bois		Ville-sur-Ilion	
	La Croix aux Mines		Vrécourt	
	Le Clerjus			
	Le Ménil			
	Liffol-le-Grand			
	Livardun			
	Lusse			
	Moyenmoutier			
	Plainfaing			
	Pont-Saint-Vincent			
	Raon-aux-Bois			
	Rosières-aux-Salines			
	Saint-Nicolas-de-Port			

Annexe 5 : Les facteurs de localisation des marchands dans les villes.
Hypothèses.

Les facteurs de localisation des marchands dans les villes	Population 1793	Nombre de marchands	Ratio marchand	Niveau de connexité	Présence d'un chapitre ?	Présence d'un bailliage ?	Présence d'une garnison ?	Présence d'un secteur artisanal exportateur ?	Présence de manufactures ?
Badonvillers (1780)	1766	12	6,8	2	non	non	non	non	oui
Bains-les-Bains (1788)	1823	18	9,9	6	non	non	non	oui	oui
Blâmont (1792)	1859	32	17,2	4	non	oui	non	non	non
Bruyères (1789)	1912	18	9,4	5	non	oui	non	non	non
Châtel-sur-Moselle (1788)	1200	16	13,3	2	non	oui	non	oui	non
Cirey-sur-Vezouze (1792)	713	12	16,8	1	non	non	non	non	oui
Cornimont (1794)	1769	30	17	0	non	non	non	non	non
Epinal (1789)	6688	121	18,1	10	oui	oui	oui	oui	oui
Fraize (1793)	1662	8	4,8	3	non	non	non	non	non
Gerbéviller	1812	39	21,5	3	non	non	non	non	oui
Haroué (1788)	550	11	20	4	non	non	non	non	non
Lunéville (1795)	11691	335	28,7	8	non	oui	oui	oui	oui
Mirecourt (1789)	4946	134	27,1	10	non	oui	oui	oui	non
Nancy (1785)	29141	590	20,2	14	oui	oui	oui	oui	oui
Rambervillers (1795)	4420	118	26,7	8	non	non	non	oui	oui
Raon-l'Etape (1789)	2156	37	17,2	5	non	non	non	oui	non
Remiremont (1790)	3401	85	25	4	oui	oui	non	non	oui
Rosières-aux-Salines (1789)	2127	30	14,1	5	non	oui	non	non	non

Annexe 6 : Les facteurs de localisation des marchands dans les villes. Résultats de la régression logistique.

```
lm_res <- lm(ratio ~ connexite, data = data_ratio)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = ratio ~ connexite, data = data_ratio)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.7381	-4.3915	0.3826	5.1991	8.8977

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	12.9796	2.7213	4.770	0.000209 ***
connexite	0.8528	0.4333	1.968	0.066619 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.414 on 16 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1949, Adjusted R-squared: 0.1446

F-statistic: 3.874 on 1 and 16 DF, p-value: 0.06662

```
> lm_res <- lm(ratio ~ chapitre, data = data_ratio)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = ratio ~ chapitre, data = data_ratio)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-11.90	-3.30	0.20	3.75	12.00

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	16.700	1.790	9.328	7.16e-08 ***
chapitre	4.400	4.385	1.003	0.331

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.934 on 16 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.0592, Adjusted R-squared: 0.000399

F-statistic: 1.007 on 1 and 16 DF, p-value: 0.3306

```
> lm_res <- lm(ratio ~ bailliage, data = data_ratio)
```



```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = ratio ~ bailliage, data = data_ratio)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-10.833 -5.583  1.067  5.417 11.067
```

```
Coefficients:
```

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 15.633    2.296  6.808 4.2e-06 ***
bailliage    3.600    3.247  1.109  0.284
```

```
---
```

```
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 6.889 on 16 degrees of freedom
```

```
Multiple R-squared:  0.07133,    Adjusted R-squared:  0.01329
```

```
F-statistic: 1.229 on 1 and 16 DF,  p-value: 0.284
```

```
> lm_res <- lm(ratio ~ garnison, data = data_ratio)
```

```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = ratio ~ garnison, data = data_ratio)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-10.893 -4.900  1.207  4.124 11.007
```

```
Coefficients:
```

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 15.693    1.673  9.382 6.63e-08 ***
garnison     7.832    3.548  2.207  0.0422 *
```

```
---
```

```
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 6.259 on 16 degrees of freedom
```

```
Multiple R-squared:  0.2334,    Adjusted R-squared:  0.1855
```

```
F-statistic: 4.872 on 1 and 16 DF,  p-value: 0.04225
```

```
> lm_res <- lm(ratio ~ artisanat, data = data_ratio)
```

```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = ratio ~ artisanat, data = data_ratio)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-10.460 -5.133  0.795  5.865  9.740
```

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.260	2.108	7.237	1.98e-06 ***
artisanat	4.890	3.163	1.546	0.142

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.668 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.13, Adjusted R-squared: 0.07561
F-statistic: 2.391 on 1 and 16 DF, p-value: 0.1416

```
> lm_res <- lm(ratio ~ manufacture, data = data_ratio)  
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = ratio ~ manufacture, data = data_ratio)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-12.500	-2.442	1.167	3.875	11.533

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.567	2.290	6.799	4.27e-06 ***
manufacture	3.733	3.238	1.153	0.266

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.869 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.07671, Adjusted R-squared: 0.01901
F-statistic: 1.329 on 1 and 16 DF, p-value: 0.2658

```
> lm_res <- lm(ratio ~ logpop, data = data_ratio)  
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = ratio ~ logpop, data = data_ratio)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-11.1863	-4.7138	0.5733	5.9401	7.7182

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-8.856	12.743	-0.695	0.4970
logpop	7.713	3.713	2.077	0.0542 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.344 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2124, Adjusted R-squared: 0.1632
F-statistic: 4.316 on 1 and 16 DF, p-value: 0.05422

```
> lm_res <- lm(ratio ~ sommindic, data = data_ratio)  
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = ratio ~ sommindic, data = data_ratio)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-8.867	-5.657	1.333	5.648	8.913

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	13.5467	2.2962	5.900	2.24e-05 ***
sommindic	2.1200	0.9599	2.209	0.0421 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 6.258 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2336, Adjusted R-squared: 0.1857
F-statistic: 4.878 on 1 and 16 DF, p-value: 0.04214

```
> lm_res <- lm(ratio ~ logpop+connexite , data = data_ratio)  
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = ratio ~ logpop + connexite, data = data_ratio)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.8907	-5.0929	0.5688	6.2284	7.3587

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-1.9398	20.9542	-0.093	0.927
logpop	5.1486	7.1680	0.718	0.484
connexite	0.3496	0.8274	0.423	0.679

Residual standard error: 6.513 on 15 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2217, Adjusted R-squared: 0.1179
F-statistic: 2.136 on 2 and 15 DF, p-value: 0.1526

```
> lm_res <- lm(ratio ~ logpop+sommindic , data = data_ratio)  
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = ratio ~ logpop + sommindic, data = data_ratio)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-9.413	-5.134	1.295	5.671	8.309

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	4.492	21.544	0.208	0.838
logpop	3.018	7.139	0.423	0.678
somindic	1.448	1.871	0.774	0.451

Residual standard error: 6.425 on 15 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.2427, Adjusted R-squared: 0.1417

F-statistic: 2.403 on 2 and 15 DF, p-value: 0.1244

Annexe 7 : La présence de marchands spécialisés dans les villes. Résultats de la régression logistique.

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ connexite, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = nb_spe ~ connexite, data = data_spe)
```

Residuals:

```
   Min     1Q  Median     3Q    Max
-2.5825 -1.4706  0.3518  1.3189  2.7070
```

Coefficients:

```
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  3.1349    0.8386   3.738 0.00164 **
connexite    0.6448    0.1216   5.300 5.87e-05 ***
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 1.643 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.623, Adjusted R-squared: 0.6008
F-statistic: 28.1 on 1 and 17 DF, p-value: 5.873e-05

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ chapitre, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = nb_spe ~ chapitre, data = data_spe)
```

Residuals:

```
   Min     1Q  Median     3Q    Max
-4.7333 -1.6167 -0.7333  1.2667  5.5000
```

Coefficients:

```
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  6.7333    0.6625  10.163 1.22e-08 ***
chapitre     1.7667    1.4440   1.223  0.238
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 2.566 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.08093, Adjusted R-squared: 0.02686
F-statistic: 1.497 on 1 and 17 DF, p-value: 0.2378

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ bailliage, data = data_spe)
```

```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = nb_spe ~ bailliage, data = data_spe)
```

```
Residuals:
```

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-4.333 -1.750 -0.250 0.750 6.750
```

```
Coefficients:
```

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 6.3333 1.5318 4.135 0.000693 ***  
bailliage 0.9167 1.6692 0.549 0.590042
```

```
---
```

```
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 2.653 on 17 degrees of freedom
```

```
Multiple R-squared: 0.01743, Adjusted R-squared: -0.04037
```

```
F-statistic: 0.3016 on 1 and 17 DF, p-value: 0.59
```

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ garnison, data = data_spe)
```

```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = nb_spe ~ garnison, data = data_spe)
```

```
Residuals:
```

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-4 -1 0 0 5
```

```
Coefficients:
```

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 6.000 0.634 9.464 3.45e-08 ***  
garnison 3.000 1.044 2.872 0.0106 *
```

```
---
```

```
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 2.196 on 17 degrees of freedom
```

```
Multiple R-squared: 0.3267, Adjusted R-squared: 0.2871
```

```
F-statistic: 8.249 on 1 and 17 DF, p-value: 0.01057
```

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ artisanat, data = data_spe)
```

```
> summary(lm_res)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = nb_spe ~ artisanat, data = data_spe)
```

```
Residuals:
```

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-5.200 -1.475 -0.200 1.025 6.800
```

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	6.750	1.335	5.057	9.73e-05 ***
artisanat	0.450	1.502	0.300	0.768

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 2.67 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.005251, Adjusted R-squared: -0.05326
F-statistic: 0.08973 on 1 and 17 DF, p-value: 0.7681

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ manufacture, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = nb_spe ~ manufacture, data = data_spe)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-5.4444	-1.6222	-0.4444	1.2000	6.5556

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	6.8000	0.8395	8.100	3.08e-07 ***
manufacture	0.6444	1.2198	0.528	0.604

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 2.655 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.01615, Adjusted R-squared: -0.04172
F-statistic: 0.2791 on 1 and 17 DF, p-value: 0.6041

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ logpop, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = nb_spe ~ logpop, data = data_spe)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-3.7940	-1.1595	0.2259	1.1073	3.0898

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-11.451	3.835	-2.986	0.008299 **
logpop	5.311	1.092	4.865	0.000146 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 1.731 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.582, Adjusted R-squared: 0.5574
F-statistic: 23.67 on 1 and 17 DF, p-value: 0.0001455

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ sommindic, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = nb_spe ~ sommindic, data = data_spe)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-4.5227	-1.4484	-0.5227	0.7002	4.9231

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	4.8199	1.3103	3.679	0.00186 **
sommindic	0.8514	0.4420	1.926	0.07094 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 2.425 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1792, Adjusted R-squared: 0.1309
F-statistic: 3.711 on 1 and 17 DF, p-value: 0.07094

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ connexite+logpop, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = nb_spe ~ connexite + logpop, data = data_spe)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-2.8075	-1.2146	0.6211	1.0834	2.7888

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-2.8210	6.3770	-0.442	0.664
connexite	0.4288	0.2597	1.651	0.118
logpop	2.0853	2.2132	0.942	0.360

Residual standard error: 1.649 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.6428, Adjusted R-squared: 0.5982
F-statistic: 14.4 on 2 and 16 DF, p-value: 0.0002648

```
> lm_res <- lm(nb_spe ~ logpop, data = data_spe)
> summary(lm_res)
```

Call:
lm(formula = nb_spe ~ logpop, data = data_spe)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-3.7940	-1.1595	0.2259	1.1073	3.0898

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-11.451	3.835	-2.986	0.008299 **
logpop	5.311	1.092	4.865	0.000146 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 1.731 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.582, Adjusted R-squared: 0.5574
F-statistic: 23.67 on 1 and 17 DF, p-value: 0.0001455

>

> cor(data_spe)

	nb_spe	connexite	chapitre	bailliage	garnison	artisanat
nb_spe	1.00000000	0.78931540	0.2844779	0.13202324	0.5715829	0.07246136
connexite	0.78931540	1.00000000	0.3902158	0.06862745	0.6651434	0.06795893
chapitre	0.28447792	0.39021578	1.00000000	0.22360680	0.4084912	-0.05000000
bailliage	0.13202324	0.06862745	0.2236068	1.00000000	0.3307189	-0.22360680
garnison	0.57158289	0.66514336	0.4084912	0.33071891	1.00000000	0.12677314
artisanat	0.07246136	0.06795893	-0.05000000	-0.22360680	0.1267731	1.00000000
manufacture	0.12709400	0.18973396	0.5443311	-0.16735967	0.1495142	0.23134070
logpop	0.76286624	0.88266647	0.4958191	0.03336166	0.7217512	-0.02046230
sommindic	0.42330098	0.49842470	0.7449128	0.35003330	0.7116836	0.38325225
	manufacture	logpop	sommindic			
nb_spe	0.1270940	0.76286624	0.4233010			
connexite	0.1897340	0.88266647	0.4984247			
chapitre	0.5443311	0.49581908	0.7449128			
bailliage	-0.1673597	0.03336166	0.3500333			
garnison	0.1495142	0.72175124	0.7116836			
artisanat	0.2313407	-0.02046230	0.3832522			
manufacture	1.0000000	0.34894731	0.6567000			
logpop	0.3489473	1.00000000	0.5786209			
sommindic	0.6567000	0.57862087	1.0000000			

Annexe 8 : Le niveau de richesse des marchands urbains. Résultats de la régression logistique.

```
lm_res <- lm(part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
> View(lm_res)
Error in View : cannot coerce class ""lm"" to a data.frame
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.9327	-4.3861	-0.0349	6.2173	11.5583

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.8507	4.1042	3.862	0.00125 **
connexite	1.2978	0.5953	2.180	0.04361 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.043 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2185, Adjusted R-squared: 0.1725
F-statistic: 4.752 on 1 and 17 DF, p-value: 0.04361

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ chapitre, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ chapitre, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-15.075	-5.460	0.025	7.090	12.540

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	22.260	2.195	10.140	1.26e-08 ***
chapitre	7.515	4.784	1.571	0.135

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.502 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1267, Adjusted R-squared: 0.07537
F-statistic: 2.467 on 1 and 17 DF, p-value: 0.1347

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.750	-6.958	-2.550	5.650	16.550

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.267	4.739	3.222	0.00501 **
bailliage	10.183	5.164	1.972	0.06510 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.207 on 17 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1862, Adjusted R-squared: 0.1383

F-statistic: 3.889 on 1 and 17 DF, p-value: 0.0651

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ logpop, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ logpop, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.0086	-6.2372	0.9559	7.0077	11.4782

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-7.767	18.630	-0.417	0.682
logpop	9.047	5.304	1.706	0.106

Residual standard error: 8.407 on 17 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1461, Adjusted R-squared: 0.09592

F-statistic: 2.91 on 1 and 17 DF, p-value: 0.1062

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ garnison, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ garnison, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-----	----	--------	----	-----

-13.086 -6.336 1.358 7.086 14.214

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	21.542	2.460	8.756	1.05e-07 ***
garnison	6.244	4.053	1.540	0.142

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.523 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1225, Adjusted R-squared: 0.07088
F-statistic: 2.373 on 1 and 17 DF, p-value: 0.1418

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ artisanat, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ artisanat, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.967	-6.996	0.075	5.604	19.433

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	28.625	4.358	6.569	4.78e-06 ***
artisanat	-6.058	4.904	-1.235	0.234

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.715 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.08237, Adjusted R-squared: 0.02839
F-statistic: 1.526 on 1 and 17 DF, p-value: 0.2335

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ manufacture, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ manufacture, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-12.767	-6.617	-1.170	5.030	20.633

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	26.070	2.768	9.419	3.7e-08 ***
manufacture	-4.703	4.022	-1.170	0.258

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.753 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.07447, Adjusted R-squared: 0.02002
F-statistic: 1.368 on 1 and 17 DF, p-value: 0.2583

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ logpop, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ logpop, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.0086	-6.2372	0.9559	7.0077	11.4782

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-7.767	18.630	-0.417	0.682
logpop	9.047	5.304	1.706	0.106

Residual standard error: 8.407 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1461, Adjusted R-squared: 0.09592
F-statistic: 2.91 on 1 and 17 DF, p-value: 0.1062

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.9327	-4.3861	-0.0349	6.2173	11.5583

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.8507	4.1042	3.862	0.00125 **
connexite	1.2978	0.5953	2.180	0.04361 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.043 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2185, Adjusted R-squared: 0.1725
F-statistic: 4.752 on 1 and 17 DF, p-value: 0.04361

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.750	-6.958	-2.550	5.650	16.550

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	15.267	4.739	3.222	0.00501 **
bailliage	10.183	5.164	1.972	0.06510 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.207 on 17 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1862, Adjusted R-squared: 0.1383

F-statistic: 3.889 on 1 and 17 DF, p-value: 0.0651

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ garnison, data = data_part_impot)
```

```
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ garnison, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-13.086	-6.336	1.358	7.086	14.214

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	21.542	2.460	8.756	1.05e-07 ***
garnison	6.244	4.053	1.540	0.142

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 8.523 on 17 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1225, Adjusted R-squared: 0.07088

F-statistic: 2.373 on 1 and 17 DF, p-value: 0.1418

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ connexite + bailliage, data = data_part_impot)
```

```
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite + bailliage, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-11.5660	-5.3947	-0.2298	7.5308	9.8979

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	8.3461	5.2792	1.581	0.1335

```
connexite 1.2213 0.5484 2.227 0.0407 *
bailliage 9.4709 4.6615 2.032 0.0591 .
```

```
---
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 7.392 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.3787, Adjusted R-squared: 0.3011
F-statistic: 4.877 on 2 and 16 DF, p-value: 0.02219
```

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite, data = data_part_impot)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-13.9327 -4.3861 -0.0349 6.2173 11.5583
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 15.8507 4.1042 3.862 0.00125 **
connexite 1.2978 0.5953 2.180 0.04361 *
```

```
---
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 8.043 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2185, Adjusted R-squared: 0.1725
F-statistic: 4.752 on 1 and 17 DF, p-value: 0.04361
```

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ bailliage, data = data_part_impot)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-10.750 -6.958 -2.550 5.650 16.550
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 15.267 4.739 3.222 0.00501 **
bailliage 10.183 5.164 1.972 0.06510 .
```

```
---
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 8.207 on 17 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1862, Adjusted R-squared: 0.1383
F-statistic: 3.889 on 1 and 17 DF, p-value: 0.0651
```

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ connexite+bailliage, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite + bailliage, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-11.5660	-5.3947	-0.2298	7.5308	9.8979

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	8.3461	5.2792	1.581	0.1335
connexite	1.2213	0.5484	2.227	0.0407 *
bailliage	9.4709	4.6615	2.032	0.0591 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 7.392 on 16 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.3787, Adjusted R-squared: 0.3011

F-statistic: 4.877 on 2 and 16 DF, p-value: 0.02219

```
>
```

```
> cor(data_part_impot)
```

	part_impot	connexite	chapitre	bailliage	garnison	artisanat
part_impot	1.0000000	0.46739541	0.3560067	0.43148346	0.3499930	-0.28700031
connexite	0.4673954	1.0000000	0.3902158	0.06862745	0.6651434	0.06795893
chapitre	0.3560067	0.39021578	1.0000000	0.22360680	0.4084912	-0.05000000
bailliage	0.4314835	0.06862745	0.2236068	1.0000000	0.3307189	-0.22360680
garnison	0.3499930	0.66514336	0.4084912	0.33071891	1.0000000	0.12677314
artisanat	-0.2870003	0.06795893	-0.0500000	-0.22360680	0.1267731	1.0000000
manufacture	-0.2728856	0.18973396	0.5443311	-0.16735967	0.1495142	0.23134070
logpop	0.3822934	0.88266647	0.4958191	0.03336166	0.7217512	-0.02046230
		manufacture	logpop			
part_impot	-0.2728856	0.38229341				
connexite	0.1897340	0.88266647				
chapitre	0.5443311	0.49581908				
bailliage	-0.1673597	0.03336166				
garnison	0.1495142	0.72175124				
artisanat	0.2313407	-0.02046230				
manufacture	1.0000000	0.34894731				
logpop	0.3489473	1.00000000				

```
> lm_res <- lm(part_impot ~ connexite+bailliage+chapitre+garnison+artisanat, data = data_part_impot)
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite + bailliage + chapitre +
```



```
garnison + artisanat, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.756	-4.232	-1.480	4.256	11.281

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	12.2419	8.0494	1.521	0.152
connexite	1.3497	0.8027	1.682	0.117
bailliage	8.4899	5.5593	1.527	0.151
chapitre	2.5664	4.9012	0.524	0.609
garnison	-2.0376	5.5311	-0.368	0.719
artisanat	-4.6238	4.6002	-1.005	0.333

Residual standard error: 7.726 on 13 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.4486, Adjusted R-squared: 0.2365
F-statistic: 2.115 on 5 and 13 DF, p-value: 0.1283

```
> data_spe <- read.csv("~/Downloads/data_spe.csv", sep=";")  
> View(data_spe)  
> summary(lm_res)
```

Call:

```
lm(formula = part_impot ~ connexite + bailliage + chapitre +  
garnison + artisanat, data = data_part_impot)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-10.756	-4.232	-1.480	4.256	11.281

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	12.2419	8.0494	1.521	0.152
connexite	1.3497	0.8027	1.682	0.117
bailliage	8.4899	5.5593	1.527	0.151
chapitre	2.5664	4.9012	0.524	0.609
garnison	-2.0376	5.5311	-0.368	0.719
artisanat	-4.6238	4.6002	-1.005	0.333

Residual standard error: 7.726 on 13 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.4486, Adjusted R-squared: 0.2365
F-statistic: 2.115 on 5 and 13 DF, p-value: 0.1283

Annexe 9 : La présence de marchands dans les villages lorrains dans le dernier tiers du XVIIIe siècle.

Présence de marchands dans les villages (années 1770-1790) 1	Population en nombre d'habitants	Nombre de marchands dans le village	Ratio marchand pour 100 habitants
Affracourt 1775	330	0	0,0
Affracourt 1790	310	0	0,0
Arnaville 1788	740	5	0,7
Beauménil 1775	80	0	0,0
Beauménil 1790	90	0	0,0
Benney 1771	600	4	0,7
Bettoncourt 1775	200	0	0,0
Bettoncourt 1786	200	0	0,0
Boulaincourt 1790	120	0	0,0
Bouxières 1790	410	3	0,7
Ceintrey 1775	730	8	1,1
Ceintrey 1790	770	14	1,8
Champey 1770	200	1	0,5
Champey 1789	200	0	0,0
Champigneulles 1774	680	10	1,5
Champigneulles 1790	680	12	1,8
Coyviller 1775	140	1	0,7
Coyviller 1787	120	0	0,0
Damas 1774	440	1	0,2
Damas 1789	430	1	0,2
Dombrot 1774	410	4	1,0
Dombrot 1790	460	3	0,7
Domgermain 1775	930	1	0,1
Domgermain 1787	1000	1	0,1
Entre Deux Eaux 1773	210	1	0,5
Entre Deux Eaux 1790	180	2	1,1

Présence de marchands dans les villages (années 1770-1790) 2	Population en nombre d'habitants	Nombre de marchands dans le village	Ratio marchand pour 100 habitants
Fays 1775	80	0	0,0
Fays 1790	100	0	0,0
Flavigny 1775	940	10	1,1
Flavigny 1790	1000	23	2,3
Frouard 1775	850	4	0,5
Frouard 1790	790	8	1,0
Hagnéville 1775	160	0	0,0
Hagnéville 1790	150	0	0,0
Hamonville 1775	90	0	0,0
Hamonville 1789	120	0	0,0
Heillecourt 1775	160	0	0,0
Heillecourt 1790	210	4	1,9
Hennecourt 1790	170	0	0,0
Houécourt 1789	680	21	3,1
Jarville 1775	310	1	0,3
Jarville 1785	330	6	1,8
Jaulny 1775	350	1	0,3
Jaulny 1789	420	1	0,2
La Chapelle 1787	310	2	0,6
Lépanges sur Vologne 1783	300	1	0,3
Lépanges sur Vologne 1790	340	0	0,0
Ligneville 1775	510	0	0,0
Ligneville 1790	660	4	0,6

Présence de marchands dans les villages (années 1770-1790) 3	Population en nombre d'habitants	Nombre de marchands dans le village	Ratio marchand pour 100 habitants
Lixières 1775	150	3	2,0
Lixières 1787	150	4	2,7
Longuet (St Nabord) 1775	320	0	0,0
Longuet (St Nabord) 1784	400	3	0,8
Mamey 1775	270	0	0,0
Mamey 1789	280	0	0,0
Mandres 1773	510	0	0,0
Mangonville 1779	110	0	0,0
Mangonville 1787	120	0	0,0
Marthemont 1775	130	1	0,8
Marthemont 1790	110	0	0,0
Médonville 1790	550	0	0,0
Messein 1775	310	4	1,3
Messein 1789	290	3	1,0
Millery 1775	730	4	0,5
Nonville 1775	320	1	0,3
Nonville 1787	410	3	0,7
Norroy 1771	320	6	1,9
Norroy 1779	430	2	0,5
Relanges 1774	370	1	0,3
Relanges 1789	430	1	0,2
Rochesson et Sapois 1778	980	3	0,3
Ventron 1775	850	1	0,1
Ventron 1789	870	15	1,7
Villacourt 1775	880	2	0,2
Villacourt 1790	900	2	0,2
Xamontaurupt 1787	230	0	0,0

Annexe 10 : Les facteurs de localisation des marchands dans les villages.
Hypothèses.

Facteurs de localisation de marchands dans les villages (années 1770-1790) 1	Présence d'une foire ?	Niveau de connexité	Voisinage immédiat avec un pôle commercial ?	Présence d'un château ou d'un monastère ?	Part des laboureurs dans les impositions en %	Part des vignerons dans les impositions en %	Part des artisans dans les impositions en %	Présence d'une manufacture ?
Affracourt 1775	non	0	oui	non	36,8	21,0	22,0	non
Affracourt 1790	non	0	oui	non	37,7	33,5	16,4	non
Arnaville 1788	non	1	non	non	1,6	77,5	15,7	non
Beauménil 1775	non	0	non	non	70,7	0,0	3,6	non
Beauménil 1790	non	0	non	non	52,6	0,0	7,4	non
Benney 1771	non	0	oui	non	44,2	0,8	30,1	non
Bettoncourt 1775	non	0	non	non	44,7	5,3	12,1	non
Bettoncourt 1786	non	0	non	non	48,8	7,8	21,7	non
Boulaincourt 1790	oui	2	non	non	51,8	3,2	16,0	non
Bouxières 1790	non	2	non	oui	3,5	78,5	6,8	non
Ceintrey 1775	non	4	oui	non	33,3	28,9	24,6	non
Ceintrey 1790	non	4	oui	non	22,1	30,2	29,2	non
Champey 1770	non	4	oui	non	9,4	63,6	20,2	non
Champey 1789	non	4	oui	non	30,7	38,2	28,7	non
Champigneulles 1774	non	3	non	non	17,5	32,3	37,2	oui
Champigneulles 1790	non	3	non	non	12,5	28,3	38,3	oui
Coyviller 1775	non	0	oui	non	56,4	34,4	6,5	non
Coyviller 1787	non	0	oui	non	44,7	36,8	0,2	non
Damas 1774	non	2	oui	non	61,9	0,0	12,9	non
Damas 1789	non	2	oui	non	62,4	0,0	14,2	non
Dombrot 1774	non	0	non	non	50,7	0,0	35,7	non
Dombrot 1790	non	0	non	non	42,1	0,0	44,2	non
Domgermain 1775	non	2	oui	oui	6,1	31,9	3,3	oui
Domgermain 1787	non	2	oui	oui	12,3	74,3	7,2	oui
Entre Deux Eaux 1773	non	0	non	non	65,4	0,0	13,4	non
Entre Deux Eaux 1790	non	0	non	non	71,5	0,0	10,4	non

Facteurs de localisation de marchands dans les villages (années 1770-1790) 2	Présence d'une foire ?	Niveau de connexité	Voisinage immédiat avec un pôle commercial ?	Présence d'un château ou d'un monastère ?	Part des laboureurs dans les impositions en %	Part des vigneronns dans les impositions en %	Part des artisans dans les impositions en %	Présence d'une manufacture ?
Fays 1775	non	0	non	non	79,0	0,0	0,0	non
Fays 1790	non	0	non	non	30,5	0,0	0,0	non
Flavigny 1775	non	5	non	oui	18,4	25,3	31,8	non
Flavigny 1790	non	5	non	oui	16,0	28,8	34,9	non
Frouard 1775	non	7	non	oui	3,2	42,5	26,2	non
Frouard 1790	non	7	non	oui	4,8	39,6	34,0	non
Hagnéville 1775	non	0	non	non	81,5	0,0	11,7	non
Hagnéville 1790	non	0	non	non	78,2	0,0	11,3	non
Hamonville 1775	non	0	oui	non	76,9	0,0	9,1	non
Hamonville 1789	non	0	oui	non	64,3	0,0	1,5	non
Heillecourt 1775	non	5	non	non	34,4	27,1	14,9	non
Heillecourt 1790	non	5	non	non	31,1	18,8	21,1	non
Hennecourt 1790	non	0	non	non	82,1	0,0	11,7	non
Houécourt 1789	non	2	non	non	41,7	0,0	36,2	non
Jarville 1775	non	8	oui	non	23,4	2,0	43,4	non
Jarville 1785	non	8	oui	non	32,2	0,0	42,0	non
Jaulny 1775	non	0	oui	non	13,1	66,4	13,3	non
Jaulny 1789	non	0	oui	non	16,4	67,2	10,4	non
La Chapelle 1787	non	3	non	non	79,3	0,0	5,9	non
Lépanges sur Vologne 1783	non	0	non	non	72,9	0,0	4,7	non
Lépanges sur Vologne 1790	non	0	non	non	71,1	0,0	8,2	non
Ligneville 1775	non	0	oui	non	46,5	0,0	30,2	non
Ligneville 1790	non	0	oui	non	30,2	0,0	35,6	non

Facteurs de localisation de marchands dans les villages (années 1770-1790) 3	Présence d'une foire ?	Niveau de connexité	Voisinage immédiat avec un pôle commercial ?	Présence d'un château ou d'un monastère ?	Part des laboureurs dans les impositions en %	Part des vigneron dans les impositions en %	Part des artisans dans les impositions en %	Présence d'une manufacture ?
Lixières 1775	non	0	non	non	70,5	0,6	8,8	non
Lixières 1787	non	0	non	non	53,9	0,8	25,8	non
Longuet (St Nabord) 1775	non	3	oui	non	79,7	0,0	5,0	non
Longuet (St Nabord) 1784	non	3	oui	non	79,2	0,0	3,3	non
Mamey 1775	non	0	non	non	25,4	0,0	25,4	non
Mamey 1789	non	0	non	non	32,4	0,0	34,2	non
Mandres 1773	non	0	oui	non	63,4	0,0	18,3	non
Mangonville 1779	non	5	non	non	50,4	32,4	8,6	non
Mangonville 1787	non	5	non	non	36,5	39,3	14,8	non
Marthemont 1775	non	0	non	non	23,6	42,9	8,8	non
Marthemont 1790	non	0	non	non	46,7	44,9	0,0	non
Médonville 1790	non	0	oui	non	36,9	0,0	42,0	non
Messein 1775	non	0	non	oui	16,2	43,5	1,9	non
Messein 1789	non	0	non	oui	14,5	54,5	6,9	non
Millery 1775	non	0	non	non	17,3	59,5	15,2	non
Nonville 1775	non	0	non	non	54,1	8,9	18,9	non
Nonville 1787	non	0	non	non	47,9	7,5	20,2	non
Norroy 1771	non	0	oui	non	48,6	0,0	29,4	oui
Norroy 1779	non	0	oui	non	59,4	4,7	19,6	oui
Relanges 1774	non	4	oui	oui	51,9	0,0	21,4	non
Relanges 1789	non	4	oui	oui	45,8	0,0	22,3	non
Rochesson et Sapois 1778	non	0	non	non	46,8	0,0	27,9	non
Ventron 1775	non	0	oui	non	60,5	0,0	16,3	non
Ventron 1789	non	0	oui	non	40,0	0,0	22,8	non
Villacourt 1775	non	0	non	non	39,6	13,0	23,6	non
Villacourt 1790	non	0	non	non	29,3	15,6	30,0	non
Xamontaurupt 1787	non	0	non	non	98,7	0,0	1,3	non

Annexe 11 : Facteurs de la présence de marchands dans les campagnes.
Résultats de la régression linéaire.

Call:

```
lm(formula = existe_marchand ~ logpop, data = data_village)
```

Residuals:

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.8465 -0.2381 -0.0058  0.2734  0.7299
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -1.6749    0.3604  -4.647 1.43e-05 ***
logpop       0.9201    0.1427   6.450 1.02e-08 ***
```

```
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 0.3911 on 74 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.3599,    Adjusted R-squared:  0.3512
F-statistic: 41.6 on 1 and 74 DF, p-value: 1.025e-08
```

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop, data = data_village, family = binomial(link =
"logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop, family = binomial(link = "logit"),
    data = data_village)
```

Deviance Residuals:

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-2.1027 -0.6367  0.3068  0.6676  1.7576
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)
(Intercept) -12.775    3.014  -4.239 2.24e-05 ***
logpop       5.426    1.239   4.379 1.19e-05 ***
```

```
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)
```

```
Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 68.599 on 74 degrees of freedom
AIC: 72.599
```

```
Number of Fisher Scoring iterations: 5
```



```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ foire, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ foire, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.4294	-1.4294	0.9448	0.9448	0.9448

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.5754	0.2406	2.392	0.0168 *
foire	-16.1414	1455.3976	-0.011	0.9912

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 98.013 on 74 degrees of freedom
AIC: 102.01

Number of Fisher Scoring iterations: 14

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ connexite, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ connexite, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.8155	-1.2733	0.7282	1.0844	1.0844

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.2227	0.2824	0.789	0.4303
connexite	0.2423	0.1305	1.857	0.0634 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 95.959 on 74 degrees of freedom

AIC: 99.959

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ polecom, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ polecom, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.5043	-1.3537	0.8826	1.0108	1.0108

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.4055	0.3043	1.332	0.183
polecom	0.3365	0.4901	0.687	0.492

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 99.557 on 74 degrees of freedom
AIC: 103.56

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ château_mon, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ château_mon, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.29783	-1.29783	0.00022	1.06157	1.06157

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.2787	0.2505	1.113	0.266
château_mon	17.2874	1192.8333	0.014	0.988

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 88.859 on 74 degrees of freedom

AIC: 92.859

Number of Fisher Scoring iterations: 16

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ lab_impot, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ lab_impot, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.7591	-1.0322	0.5810	0.9437	1.5035

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	2.27309	0.63672	3.570	0.000357 ***
lab_impot	-0.03800	0.01223	-3.106	0.001896 **

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 88.517 on 74 degrees of freedom
AIC: 92.517

Number of Fisher Scoring iterations: 3

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ vigne_impot, data = data_village, family = binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ vigne_impot, family = binomial(link = "logit"),
     data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.7397	-1.2490	0.7222	1.0998	1.1074

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.16686	0.29382	0.568	0.5701
vigne_impot	0.02445	0.01255	1.948	0.0514 .

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 95.585 on 74 degrees of freedom
AIC: 99.585

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ artisan_impot, data = data_village, family =  
binomial(link = "logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ artisan_impot, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-2.0586	-1.1720	0.6462	0.9795	1.3269

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	-0.45542	0.43959	-1.036	0.3002
artisan_impot	0.05824	0.02280	2.555	0.0106 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 92.541 on 74 degrees of freedom
AIC: 96.541

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ manufacture, data = data_village, family =  
binomial(link = "logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ manufacture, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.354	-1.354	1.011	1.011	1.011

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	0.4055	0.2440	1.662	0.0965 .

```
manufacture 17.1606 1615.1039 0.011 0.9915
```

```
---
```

```
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

```
Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom  
Residual deviance: 94.222 on 74 degrees of freedom  
AIC: 98.222
```

Number of Fisher Scoring iterations: 16

```
> data_village <- read.csv("~/Downloads/data_village.csv", sep=";")  
> View(data_village)  
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ labetvigne_impot, data = data_village, family =  
binomial(link = "logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ labetvigne_impot, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-1.8200 -1.2324 0.8042 0.9659 1.2616
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)  
(Intercept) 2.08154 0.93645 2.223 0.0262 *  
labetvigne_impot -0.02508 0.01448 -1.732 0.0833 .
```

```
---
```

```
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

```
Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom  
Residual deviance: 96.881 on 74 degrees of freedom  
AIC: 100.88
```

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop, data = data_village, family = binomial(link =  
"logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-2.1027 -0.6367 0.3068 0.6676 1.7576
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)
(Intercept) -12.775 3.014 -4.239 2.24e-05 ***
logpop 5.426 1.239 4.379 1.19e-05 ***
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

```
Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 68.599 on 74 degrees of freedom
AIC: 72.599
```

Number of Fisher Scoring iterations: 5

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop+connexite, data = data_village, family =
binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop + connexite, family = binomial(link = "logit"),
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-1.9924 -0.6924 0.3180 0.6699 1.8569
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)
(Intercept) -12.8822 3.0865 -4.174 3.00e-05 ***
logpop 5.3713 1.2625 4.255 2.09e-05 ***
connexite 0.1850 0.1521 1.216 0.224
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

```
Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 66.989 on 73 degrees of freedom
AIC: 72.989
```

Number of Fisher Scoring iterations: 5

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop+lab_impot, data = data_village, family =
binomial(link = "logit"))
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop + lab_impot, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-2.1345	-0.6557	0.2866	0.7232	1.7553

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	-10.87334	3.30273	-3.292	0.000994 ***
logpop	5.01570	1.28481	3.904	9.47e-05 ***
lab_impot	-0.01902	0.01423	-1.336	0.181519

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.03 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 66.74 on 73 degrees of freedom
AIC: 72.74

Number of Fisher Scoring iterations: 5

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop+vigne_impot, data = data_village, family =  
binomial(link = "logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop + vigne_impot, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.9682	-0.7052	0.2625	0.7191	1.7933

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	-13.67334	3.30157	-4.141	3.45e-05 ***
logpop	5.63962	1.33682	4.219	2.46e-05 ***
vigne_impot	0.02742	0.01687	1.626	0.104

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.033 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 65.463 on 73 degrees of freedom
AIC: 71.463

Number of Fisher Scoring iterations: 5

```
> glm_res <- glm(existe_marchand ~ logpop+artisan_impot, data = data_village, family =  
binomial(link = "logit"))  
> summary(glm_res)
```

Call:

```
glm(formula = existe_marchand ~ logpop + artisan_impot, family = binomial(link = "logit"),  
data = data_village)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-2.0505	-0.6306	0.3077	0.6717	1.7512

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z)
(Intercept)	-13.16840	3.22286	-4.086	4.39e-05 ***
logpop	5.66242	1.41388	4.005	6.20e-05 ***
artisan_impot	-0.01044	0.02902	-0.360	0.719

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 100.03 on 75 degrees of freedom
Residual deviance: 68.47 on 73 degrees of freedom
AIC: 74.47

Number of Fisher Scoring iterations: 5

```
> cor(data_village)
```

	existe_marchand	logpop	foire	connexite	polecom
existe_marchand	1.00000000	0.5998767	-0.15118579	0.22103652	0.078874572
logpop	0.59987671	1.0000000	-0.15700765	0.19977027	0.204462154
foire	-0.15118579	-0.1570076	1.00000000	0.02599145	-0.095839372
connexite	0.22103652	0.1997703	0.02599145	1.00000000	0.090399353
polecom	0.07887457	0.2044622	-0.09583937	0.09039935	1.000000000
chateau_mon	0.31419413	0.3522219	-0.04750169	0.36197335	-0.037047730
lab_impot	-0.37918737	-0.4672130	0.04259522	-0.36808472	-0.016974238
vigne_impot	0.23171794	0.1762145	-0.07113426	0.19700690	-0.001618376
artisan_impot	0.30480587	0.5360318	-0.02167315	0.34987241	0.077171554
manufacture	0.22360680	0.2686132	-0.03380617	0.02196679	0.154159488
labetvigne_impot	-0.20184227	-0.3931717	-0.03694877	-0.23284708	-0.024886131
	chateau_mon	lab_impot	vigne_impot	artisan_impot	manufacture
existe_marchand	0.31419413	-0.37918737	0.231717937	0.30480587	0.22360680
logpop	0.35222190	-0.46721297	0.176214493	0.53603182	0.26861319
foire	-0.04750169	0.04259522	-0.071134256	-0.02167315	-0.03380617
connexite	0.36197335	-0.36808472	0.197006904	0.34987241	0.02196679
polecom	-0.03704773	-0.01697424	-0.001618376	0.07717155	0.15415949
chateau_mon	1.00000000	-0.45745472	0.374985763	-0.01330760	0.15693535

lab_impot	-0.45745472	1.00000000	-0.717831880	-0.38743217	-0.21745046
vigne_impot	0.37498576	-0.71783188	1.000000000	-0.15350983	0.14508850
artisan_impot	-0.01330760	-0.38743217	-0.153509835	1.00000000	0.10214357
manufacture	0.15693535	-0.21745046	0.145088499	0.10214357	1.00000000
labetvigne_impot	-0.11734629	0.39120508	0.359911005	-0.72210971	-0.09961401
labetvigne_impot					
existe_marchand	-0.20184227				
logpop	-0.39317173				
foire	-0.03694877				
connexite	-0.23284708				
polecom	-0.02488613				
chateau_mon	-0.11734629				
lab_impot	0.39120508				
vigne_impot	0.35991100				
artisan_impot	-0.72210971				
manufacture	-0.09961401				
labetvigne_impot	1.00000000				

Annexe 12 : La dotation marchande des villages dans les années 1700-1730 et 1740-1760.

1) Années 1700 à 1730

Présence de marchands dans les campagnes (années 1700-années 1730) 1	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Aboncourt 1715	190	1	0,6	0	0
Aboncourt 1725	210	2	1,1	1	0,6
Benney 1730	490	10	2,3	2	0,5
Bettoncourt 1728	160	0	0	0	0
Champey 1702	110	2	1,9	0	0
Champey 1715	150	2	1,5	0	0
Champey 1725	160	3	2,2	0	0
Champigneulles 1715	280	7	2,7	1	0,4
Champigneulles 1725	500	13	2,8	3	0,6
Crépey 1702	420	7	2,2	1	0,3
Dombrot 1711	260	2	0,9	0	0
Dombrot 1715	310	3	1,1	1	0,4
Dombrot 1725	370	4	1,3	2	0,7
Domgermain 1720	510	0	0	0	0
Domgermain 1725	620	2	0,3	1	0,2
Domjulien 1728	540	4	0,9	2	0,5
Fays 1711	40	0	0	0	0
Fays 1719	50	0	0	0	0
Flavigny 1705	290	1	0,4	0	0
Flavigny 1715	280	5	1,9	1	0,4
Flavigny 1726	550	10	2,1	2	0,4
Fléville 1721	280	1	0,4	0	0
Fléville 1725	260	2	0,9	0	0
Gemmelaincourt 1722	240	2	1	1	0,5
Gondreville 1713	610	12	2	5	0,8
Hagnéville 1700	90	0	0	0	0
Hagnéville 1715	150	0	0	0	0
Hagnéville 1725	170	0	0	0	0

Présence de marchands dans les campagnes (années 1700-années 1730) 2	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Hamonville 1725	100	0	0	0	0
Heillecourt 1725	110	1	1,1	1	1,1
Hennecourt 1724	220	1	0,6	0	0
Lépanges sur Vologne 1704	90	0	0	0	0
Lépanges sur Vologne 1712	130	0	0	0	0
Lépanges sur Vologne 1725	120	2	2	1	1
Malleloy 1710	170	0	0	0	0
Malleloy 1720	220	1	0,5	1	0,5
Mamey 1726	200	6	3,5	1	0,6
Mandres 1706	400	3	0,9	2	0,6
Mandres 1712	470	4	1,1	2	0,5
Mandres 1725	520	8	1,8	2	0,5
Médonville 1712	340	2	0,7	1	0,4
Médonville 1725	450	0	0	0	0
Messein 1711	110	2	2,1	0	0
Messein 1725	140	0	0	0	0
Millery 1700	380	0	0	0	0
Millery 1713	470	0	0	0	0
Millery 1725	540	3	0,6	1	0,2
Morville-sur-Seille 1725	180	0	0	0	0
Provenchères 1721	300	0	0	0	0
Remoncourt 1702	340	5	1,8	1	0,4
Remoncourt 1715	440	10	2,9	3	0,9
Thuilley aux Groseilles 1726	150	17	14,4	1	0,8
Villacourt 1707	340	1	0,3	0	0
Villacourt 1713	450	7	2	0	0
Villacourt 1725	610	9	1,8	0	0
Voinémont 1707	180	1	0,7	1	0,7
Voinémont 1715	190	0	0	0	0
Voinémont 1726	190	1	0,6	0	0

2) Années 1730-1760

Présence de marchands dans les campagnes (années 1730-années 1760) 1	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Aboncourt 1732	110	4	4,4	1	1,1
Affracourt 1738	270	3	1,4	1	0,5
Affracourt 1750	300	2	0,8	2	0,8
Affracourt 1763	290	3	1,3	2	0,8
Ban de Vagney 1739	1150	12	1,2	7	0,7
Beauménil 1738	90	1	1,4	0	0
Beauménil 1750	70	1	1,6	0	0
Beauménil 1763	80	1	1,6	0	0
Benney 1738	510	14	3,3	5	1,2
Benney 1763	630	7	1,4	3	0,6
Bethoncourt 1733	210	0	0	0	0
Bettoncourt 1741	170	2	1,3	1	0,7
Bettoncourt 1748	160	3	2,2	3	2,2
Bettoncourt 1758	170	2	1,4	2	1,4
Bettoncourt 1764	190	0	0	0	0
Bouxières 1745	420	3	1	1	0,3
Bouxières 1762	400	9	2,5	0	0
Ceintrey 1769	740	12	1,9	4	0,6
Champey 1750	160	3	2	0	0
Champigneulles 1738	550	12	2,5	2	0,4
Champigneulles 1750	480	11	2,6	7	1,7
Champigneulles 1763	540	19	4,2	9	2
Coyviller 1733	140	2	1,7	0	0
Coyviller 1737	140	1	0,8	0	0
Coyviller 1751	140	7	5,8	3	2,5
Coyviller 1764	150	2	1,6	1	0,8
Dombrot 1738	380	4	1,25	1	0,3
Dombrot 1745	420	2	0,5	0	0
Dombrot 1764	420	2	0,6	1	0,3
Domgermain 1738	710	4	0,6	1	0,1
Domgermain 1751	820	7	0,9	2	0,2
Domgermain 1761	870	3	0,3	3	0,3
Domjulien 1734	550	7	1,5	3	0,7
Entre Deux Eaux 1761	290	0	0	0	0

Présence de marchands dans les campagnes (années 1730-années 1760) 2	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Fay 1731	60	0	0	0	0
Fays 1737	80	0	0	0	0
Fays 1751	70	0	0	0	0
Fays 1763	70	0	0	0	0
Flavigny 1738	790	18	2,7	2	0,3
Flavigny 1750	150	22	3,4	5	0,8
Flavigny 1762	800	19	2,8	6	0,9
Fléville 1737	280	1	0,4	0	0
Fléville 1749	260	2	1	0	0
Frouard 1763	720	12	2	2	0,3
Gemmelaincourt 1744	320	5	2	1	0,4
Gemmelaincourt 1761	320	2	0,8	1	0,4
Grimonviller 1731	200	4	2,3	0	0
Grimonviller 1745	210	4	2,3	1	0,6
Hagnéville 1750	150	0	0	0	0
Hagnéville 1763	150	0	0	0	0
Hamonville 1750	100	1	1,2	0	0
Hamonville 1763	110	0	0	0	0
Heillecourt 1738	110	0	0	0	0
Heillecourt 1750	110	2	2	0	0
Heillecourt 1763	120	0	0	0	0
Hennecourt 1739	250	2	1	2	1
Jarville 1752	300	11	4,2	1	0,4
Jarville 1762	340	10	3,4	0	0
Jaulny 1738	380	0	0	0	0
Jaulny 1750	340	2	0,7	1	0,4
Jaulny 1763	370	3	1	1	0,3
Lépanges sur Vologne 1738	140	3	2,5	3	2,5
Lépanges sur Vologne 1751	160	1	0,7	1	0,7
Lépanges sur Vologne 1763	180	0	0	0	0
Ligneville 1762	590	9	2	4	0,9
Lixières 1734	130	0	0	0	0
Lixières 1750	150	0	0	0	0
Lixières 1762	140	1	0,8	0	0
Longuet (St Nabord) 1742	290	0	0	0	0
Longuet (St Nabord) 1750	330	1	0,4	0	0
Longuet (St Nabord) 1764	300	9	3,6	0	0

Présence de marchands dans les campagnes (années 1730-années 1760) 3	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Mamey 1738	200	12	5,8	1	0,5
Mamey 1750	230	3	1,5	1	0,5
Mamey 1763	230	5	2,6	1	0,5
Mandres 1738	540	4	0,9	2	0,4
Mandres 1750	540	5	1,1	4	0,9
Mandres 1765	480	5	1,25	1	0,3
Marthemont 1737	70	0	0	0	0
Marthemont 1750	130	0	0	0	0
Marthemont 1763	120	1	1	1	1
Médonville 1738	450	1	0,3	1	0,3
Médonville 1750	500	2	0,5	1	0,2
Messein 1738	160	1	0,6	0	0
Messein 1750	230	1	0,5	1	0,5
Messein 1763	230	0	0	0	0
Millery 1738	640	5	0,9	5	0,9
Morville-sur-Seille 1736	230	3	1,5	0	0
Morville-sur-Seille 1747	210	0	0	0	0
Morville-sur-Seille 1758	200	0	0	0	0
Nonville 1750	270	2	1	1	0,5
Nonville 1763	320	4	1,5	3	1,2
Norroy 1740	420	7	2,1	5	1,5
Norroy 1750	410	5	1,6	3	0,9
Norroy 1760	410	4	1,2	4	1,2
Provenchères 1753	310	4	1,7	3	1,3
Relanges 1732	280	3	1,3	3	1,3
Relanges 1738	290	2	0,9	1	0,4
Relanges 1750	330	2	0,7	0	0
Relanges 1763	330	3	1,1	2	0,7
Repel 1737	130	1	0,9	1	0,9
Tantonville 1753	310	11	4,5	3	1,2
Tantonville 1765	320	9	4,5	4	2
Thuilley aux Groseilles 1738	160	2	1,4	0	0
Thuilley aux Groseilles 1752	190	2	1,3	0	0

Présence de marchands dans les campagnes (années 1730-années 1760) 4	Population	Nombre d'acteurs du commerce	Ratio d'acteurs de l'échange pour 100 habitants	Nombre de marchands	Ratio marchand pour 100 habitants
Ventron 1738	400	7	2	0	0
Ventron 1750	600	9	1,7	3	0,6
Ventron 1764	690	13	2,4	0	0
Villacourt 1737	600	7	1,4	2	0,4
Villacourt 1750	790	5	0,8	3	0,5
Villacourt 1763	780	9	1,5	7	1,1
Voynémont 1738	230	3	1,5	0	0
Voynémont 1757	260	2	0,9	0	0
Xamontaurupt 1768	210	3	1,7	0	0

Annexe 13 : La hiérarchie des places de commerce en relation avec la Lorraine

1) Nombre de marchands lorrains en relation avec les places extérieures

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
France du Nord-est	Abbeville	3	0,75	0,87
	Amiens	7	12,83	3,58
	Châlons	2	0,33	0,58
	Lille	4	2,00	1,41
	Reims	7	15,75	3,97
	Sedan	2	1,67	1,29
	Troyes	5	6,67	2,58
Paris et France de l'Ouest	Bellême	3	0,75	0,87
	Caen	1	0,08	0,29
	Darnétal	1	0,08	0,29
	Elbeuf	3	1,50	1,22
	Laigle	4	1,67	1,29
	Louviers	1	0,08	0,29
	Nogent	5	2,50	1,58
	Paris	9	27,00	5,20
	Rouen	9	33,75	5,81
	Vendôme	3	0,75	0,87
Lyon et France du Sud	Lyon	12	64,00	8,00
	Saint-Etienne	5	5,00	2,24
	Saint-Chamond	2	0,33	0,58
	Chalon	1	0,08	0,29
	Thiers	4	1,67	1,29
Pays-Bas et Hollande	Amsterdam	2	0,33	0,58
	Liège	2	0,33	0,58
	Verviers	2	0,33	0,58

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
Saint-Empire (intérieur)	Aix la Chapelle	3	0,75	0,87
	Barmen	4	1,33	1,15
	Berlin	4	2,67	1,63
	Breckenfeld	2	0,33	0,58
	Brunswick	1	0,08	0,29
	Chemnitz	1	0,17	0,41
	Eisenach	4	2,00	1,41
	Elberfeld	4	1,33	1,15
	Erlangen	5	3,75	1,94
	Francfort	9	44,25	6,65
	Grefrath	2	0,33	0,58
	Hameln	1	0,08	0,29
	Iserlohn	6	5,00	2,24
	Kaufbeuren	3	1,00	1,00
	Langenberg	5	2,08	1,44
	Leipzig	3	0,75	0,87
	Luthrinhausen (?)	1	0,08	0,29
	Nuremberg	6	5,00	2,24
	Ronnebourg	2	0,33	0,58
	Sarrebruck	1	0,08	0,29
	Turin	2	0,33	0,58
	Urach	2	0,33	0,58

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
Espaces alémaniques	Argovie	2	0,33	0,58
	Bâle	9	33,75	5,81
	Berne	2	0,83	0,91
	Colmar	1	0,08	0,29
	Langenthal	1	0,08	0,29
	Lentzbourg	1	0,08	0,29
	Morat	1	0,08	0,29
	Mulhouse	4	1,33	1,15
	Neufchâtel	4	4,33	2,08
	Saint-Gall	7	6,42	2,53
	Schaffisheim	2	0,33	0,58
	Schaffouse	1	0,08	0,29
	Strasbourg	3	2,25	1,50
	Wasselonne	1	0,08	0,29
	Wissembourg	1	0,08	0,29
	Zoffingue	7	5,25	2,29
	Zurich	9	17,25	4,15
	Zurzach	2	0,33	0,58

2) Montant des dettes des marchands lorrains sur des places extérieures

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
France du Nord-est	Abbeville	3	16,6	4,07
	Amiens	7	410,5	20,26
	Châlons	2	1,6	1,26
	Lille	5	98,9	9,95
	Reims	7	268,8	16,40
	Sedan	2	46,8	6,84
	Troyes	5	111,8	10,57
Paris et France de l'Ouest	Bellême	3	6,8	2,60
	Caen	1	0,0	0,14
	Darnétal	1	0,3	0,57
	Elbeuf	3	60,1	7,75
	Laigle	4	20,2	4,50
	Louviers	1	6,9	2,62
	Nogent	5	42,1	6,49
	Paris	9	536,3	23,16
	Rouen	9	1160,0	34,06
	Vendôme	3	6,3	2,51
Lyon et France du Sud	Lyon	12	1749,2	41,82
	Saint-Etienne	5	37,2	6,10
	Saint-Chamond	2	2,4	1,54
	Chalon	1	0,8	0,88
	Thiers	4	6,7	2,60
Pays-Bas et Hollande	Amsterdam	3	28,2	5,31
	Liège	2	1,7	1,31
	Verviers	2	4,7	2,17

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
Saint-Empire (intérieur)	Aix la Chapelle	3	4,9	2,21
	Barmen	4	22,6	4,76
	Berlin	4	85,5	9,25
	Breckenfeld	2	3,0	1,73
	Brunswick	1	1,9	1,39
	Chemnitz	1	1,2	1,09
	Eisenach	4	33,3	5,77
	Elberfeld	4	12,6	3,55
	Erlangen	5	69,2	8,32
	Francfort	9	1212,9	34,83
	Grefrath	2	3,6	1,90
	Hameln	1	1,1	1,03
	Iserlohn	6	40,7	6,38
	Kaufbeuren	3	9,3	3,05
	Langenberg	5	23,2	4,81
	Leipzig	3	34,1	5,84
	Luthrinhausen (?)	1	1,7	1,32
	Nuremberg	6	26,3	5,13
	Ronnebourg	2	6,0	2,45
	Sarrebruck	1	0,7	0,86
	Turin	2	3,8	1,94
	Urach	2	3,5	1,86

Grandes directions commerciales	Places de commerce	Nombre de marchands en relation avec la place	Coefficient de relation	Racine carrée du coefficient de relation
Espaces alémaniques	Argovie	2	2,6	1,60
	Bâle	9	657,1	25,63
	Berne	2	19,3	4,40
	Colmar	1	1,2	1,09
	Langenthal	1	1,4	1,18
	Lentzbouurg	1	1,0	0,98
	Morat	1	0,3	0,52
	Mulhouse	4	11,6	3,41
	Neufchâtel	5	86,8	9,32
	Saint-Gall	7	93,8	9,68
	Schaffisheim	2	7,0	2,65
	Schaffouse	1	0,2	0,48
	Strasbourg	2	32,6	5,71
	Wasselonne	1	0,3	0,51
	Wissembouurg	1	0,1	0,26
	Zoffingue	7	133,7	11,56
	Zurich	9	377,4	19,43
	Zurzach	2	1,3	1,12

Annexe 14 : Les types d'étoffes représentés chez les commerçants lorrains

Années 1715-1730

Etoffes de luxe : drap ; drap d'Angleterre ; drap d'argent ; drap de billard ; drap de Darnétal ; drap de Hollande ; drap de Liège ; drap de Louviers ; drap de meunier ; drap de Rouen ; drap de Sedan ; drap de Verviers ; drap d'Elbeuf ; drap des Gobelins ; drap des Indes.

Belles étoffes : camelot mi-soie crépon de soie damas ; damas de Lyon ; damas de Tours ; damas des Indes ; drap ; drap à capote ; drap d'Amiens ; drap d'Avesnes ; drap de Berry ; drap de Limoux ; drap de Lodève ; drap de montagne ; drap de pays ; drap de Romorantin ; drap de Saint-Félix ; drap de Saint-Lô ; drap de Vire ; drap de Zittau ; drap du Nord ; étamine de soie ; gros de Tours ; impériale ; moire ; moire de bourt ; panne ; panne de soie ; persienne ; persienne de Tours ; ras de Saint-Cyr ; ras de Saint-Lô ; ras de Saint-Maur ; ras de soie ; ratine de Hollande ; satin ; satin de Lyon ; satin de Marseille ; satin de Paris ; satin de soie ; satin de soie de Vervins ; satinnade ; serge de Saint-Lô ; serge de Saint-Nicolas ; taffetas ; taffetas à la bonne femme ; taffetas d'Angleterre ; taffetas d'Italie ; velours.

Etoffes de laine communes : baracan ou bouracan ; calamandre ; calamandre d'Angleterre ; calamandre de France ; calamandre de Lille ; camelot de laine ; crépon ; crépon de France ; crépon de laine ; croisé ; damas de laine ; demi-calamandre ; demi-espagnolette ; demi-Londres ; droguet ; droguet d'Angleterre ; droguet d'Auboise ; droguet de fil de laine ; droguet de Suisse ; droguet de Vienne ; droguet d'Orléans ; espagnolette ; espagnolette de Ségovie ; estamette et ratine ; étamette ; étamette de Saint-Nicolas ; étamine de laine ; étamine de Reims ; façon de Londres ; flanelle ; flanelle à doubler ; flanelle d'Angleterre ; flanelle de Berlin ; flanelle sur fil ; Londres ; mi-Londres ; molleton ; molleton d'Alès ; molleton d'Allemagne ; molleton de Metz ; molleton de Sommières ; molleton d'Elbeuf ; molleton frisé ; panne de laine ; prime (en) Ségovie ; ras d'Angleterre ; ras de Gênes ; ras d'Espagne ; ratine ; ratine de Beauvais ; ratine de Metz ; ratine de Sommières ; saye de Suisse ; Ségovie ; serge de Caen (ou "de camp") ; serge de Londres ; serge de Nîmes ; serge de Suisse ; serge demi-londres ; serge impériale ; serge tramière ; sergette ; tramière.

Petites étoffes de laine : blicourt ; burat ; cadis ; crépine ; dauphine ; drap d'Uzès ; maroc ; mi-laine de chasse ; ras ; ras de Chalon ; sargette ; serge ; serge à deux étains ; serge d'Allemagne ; serge d'Amiens ; serge d'Aumale ; serge d'Aumale pour meubles ; serge de pays ; serge pierrelette.

Etoffes mêlées : camelot ; camelot d'Allemagne ; camelot d'Amiens ; camelot d'Amiens de laine ; camelot d'Amiens mi-soie ; camelot d'Angleterre ; camelot d'Auvergne ; camelot de Hollande ; camelot de Lille ; camelot d'Hanau ; camelot sayette ; camelotin ; camelotin d'Angleterre ; crépon d'Angleterre ; droguet de Chaumont ; étamine ; étamine d'Amiens ; étamine d'Amiens en soie ; étamine d'Angleterre ; étamine de Berlin ; étamine de Chalon ; étamine de prêtre ; étamine du Lude (Ludre) ; étamine du Mans ; étamine jaspée ; étamine mi-soie ; étamine vire ; ferrandine ; grisette ; grisette d'Allemagne ; grisette d'Amiens ; grisette de Paris ; guinguette ; papeline ; pluche ; tiretaine.

Indiennes : casse ; chintz ; gourgas ; indienne ; kelche (ou keiche ??) ; mallemolle ; montichoux ; mousseline ; mousseline casse ; mousseline de soie ; pinchina ; pinchina d'étame ; pinchina du nord ; siamoise ; tanjep ; tarlatane.

Autres cotonnades : basin ; basin de Hollande ; brocatelle ; cotonnade ; finette ; finette de Saint-Lô ; finette de Sommières ; futaine.

Etoffes de lin et de chanvre : batiste ; bougrand ; bougrand d'Allemagne ; Cambrai ; coutil ; linon ; mocade ; moccade de Flandre ; moquette.

Toiles : toile ; toile à chapeaux ; toile à doubler ; toile à matelas ; toile binette ; toile cirée ; toile damye (?) ; toile d'Aurach ou durac ; toile de Cambrai ; toile de chanvre ; toile de chanvre de pays ; toile de chasse ; toile de cloître ; toile de coton ; toile de Grifemberg ; toile de Laval ; toile de lin ; toile de Rouen ; toile de Saint-Gall ; toile de Suisse ; toile de Wurtemberg ; toile d'étope ; toile d'ortie ; toile peinte ; toile pour veste ; toile serviette ; treillis de chasse ; quintin.

Etoffes non identifiées : armosin ; ascaute ; bazanes ; canage ; capucine ; chagrin ; chalon d'Angleterre ; chatillon ; cronerache ; demi-écarlate ; demi-tresse ; écarlate ; étame ; étamine de munier ; étoffe ; façon d'Aumale ; façon de Romorantin ; façon de Saint-Lô ; façon de St Nicolas ; ferrée ; florence ; florentine ; loque ; Mandé ; mi-sylomondre ; perse ; refoulé ; spéculation ; superfine ; sylomondre ?? ; triomphante ; voile ; voile de coton.

Années 1780-1785

Etoffes de luxe : drap ; drap d'Aix ; drap d'Angleterre ; drap de Hollande ; drap de julienne ; drap de Louviers ; drap de Montjoie ; drap de Sedan ; drap de soie ; drap de Verviers ; drap d'Elbeuf ; drap façon d'Elbeuf ; drap Paignon ; velours de Gênes ; voile.

Belles étoffes : drap de pays ; camelot de soie ; camelot mi-soie ; damas ; damas de laine ; demi-droguet de soie ; drap ; drap de bure ; drap de Lodève ; drap de loup ; drap de montagne ; drap de Romorantin ; drap de Sainte-Marie ; drap de Silésie ; drap de Silésie en soie ; drap de soie ; drap de Suisse ; drap de Vire ; drap de Zittau ; drap d'Eupen ; drap du Nord ; droguet de Silésie ; droguet de soie ; gros de Florence ; gros de Naples ; gros de Nîmes ; gros de Tours ; impériale ; mi-soie ; moire ; panne ; panne de soie ; ratine de Hollande ; satin ; satin anglais ; satin des Indes ; serge de soie ; taffetas ; taffetas d'Angleterre ; taffetas de Florence ; taffetas d'Italie ; velours ; velours de coton ; velours sur coton ; velours sur soie.

Etoffes de laine communes : amen ; bouracan ; bouracan d'Abbeville ; bouracan de France ; calamandre ; calamandre d'Angleterre ; calamandre de Lille ; calamandre floretas ; camelot de laine ; crépon ; croisé ; croisé d'Angleterre ; croisé de soie ; demi-étamette ; demi-Londres ; demi-molleton ; demi-serge ; diablement fort ; drap de loup ; droguet ; droguet d'Angleterre ; droguet de coton ; droguet de Marville ; droguet de Reims ; droguet de Rouvray ; droguet de Suisse ; droguet demi-soie ; espagnolette ; espagnolette de Rouen ; étamette ; étamine de Reims ; everlasting ; flanelle ; flanelle à doubler ; flanelle d'Angleterre ; flanelle de Berlin ;

flanelle de Metz ; flanelle de Saxe ; flanelle façon d'Angleterre ; Londres ; mazamet ; molleton ; molleton de coton ; molleton de Lyon ; montauban ; prime (en) Ségovie ; ratine ; ratine baye ; ratine de Beauvais ; ratine de Lyon ; ratine façon de St Nicolas ; sayette ; Ségovie ; Ségovie d'Angleterre ; serge de Fleurance ; serge de Nîmes ; serge de Rome ; serge de Rome de coton ; serge de Rome de soie ; serge impériale.

Petites étoffes de laine : baye ; blicourt ; burat ; cadis ; cadis d'Agnan ; cadis d'Allemagne ; crépine ; dauphine ; maroc ; mi-laine ; serge ; serge bricourt ; serge d'Aumale ; serge de Berry ; serge de coton ; serge de Mandé ; serge de Mandres ; serge de Minorque ; serge de Rouen ; serge de Saxe ; serge mi-soie.

Etoffes mêlées : camelot ; camelot d'Angleterre ; camelot de Bruxelles ; camelot de Hollande ; camelot de Lille ; camelotin ; étamine ; étamine d'Angleterre ; étamine de Berlin ; étamine de Naples ; étamine du Mans ; ferrandine ; grisette ; guinguette ; papeline ; pluche ; pluche de Lyon ; pluche de soie ; pluche de Vire ; tiretaine.

Indiennes : baffetas ; calancas ; calencas pour meubles ; calicot ; calmouk ; casse ; cirsaka ; cupchitz ; doriassé ; indienne ; indienne de France ; indienne de Hollande ; indienne patenas ; indienne pour meubles ; mi-calancas ; montichoux ; mousseline ; mousseline de coton ; mousseline de Saxe ; mousseline de St Gall ; mousseline des Indes ; patenas ; patenas de Hollande ; patenas de Suisse ; pinchina ; siamoise ; siamoise de fil ; siamoise de Rome ; siamoise de Rouen ; siamoise de Ste Marie ; siamoise de Suisse ; siamoise de Zoffingue ; siamoise des Indes.

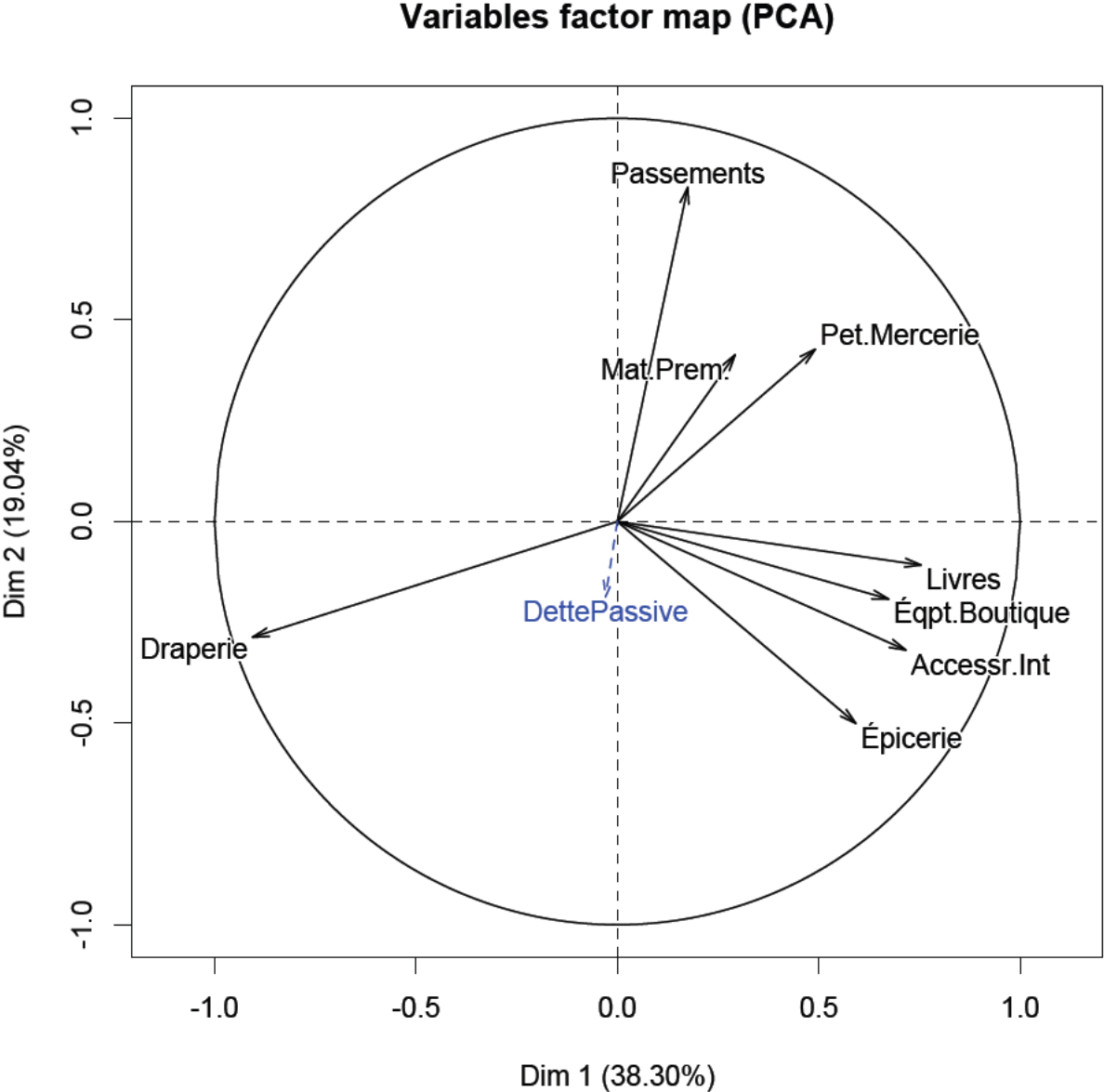
Autres cotonnades : basin ; basin de coton ; basin de Rouen ; basin de Saxe ; basin turc ; bombasin ; cotonnade ; cotonnade de Rouen ; drap de coton ; finette ; finette d'Angleterre ; futaine ; futaine de Saxe.

Etoffes de lin et de chanvre : batiste ; bougrand ; coutil ; coutil de coton ; coutil de Saxe ; coutil de soie ; floret ordinaire ; linon ; moquette.

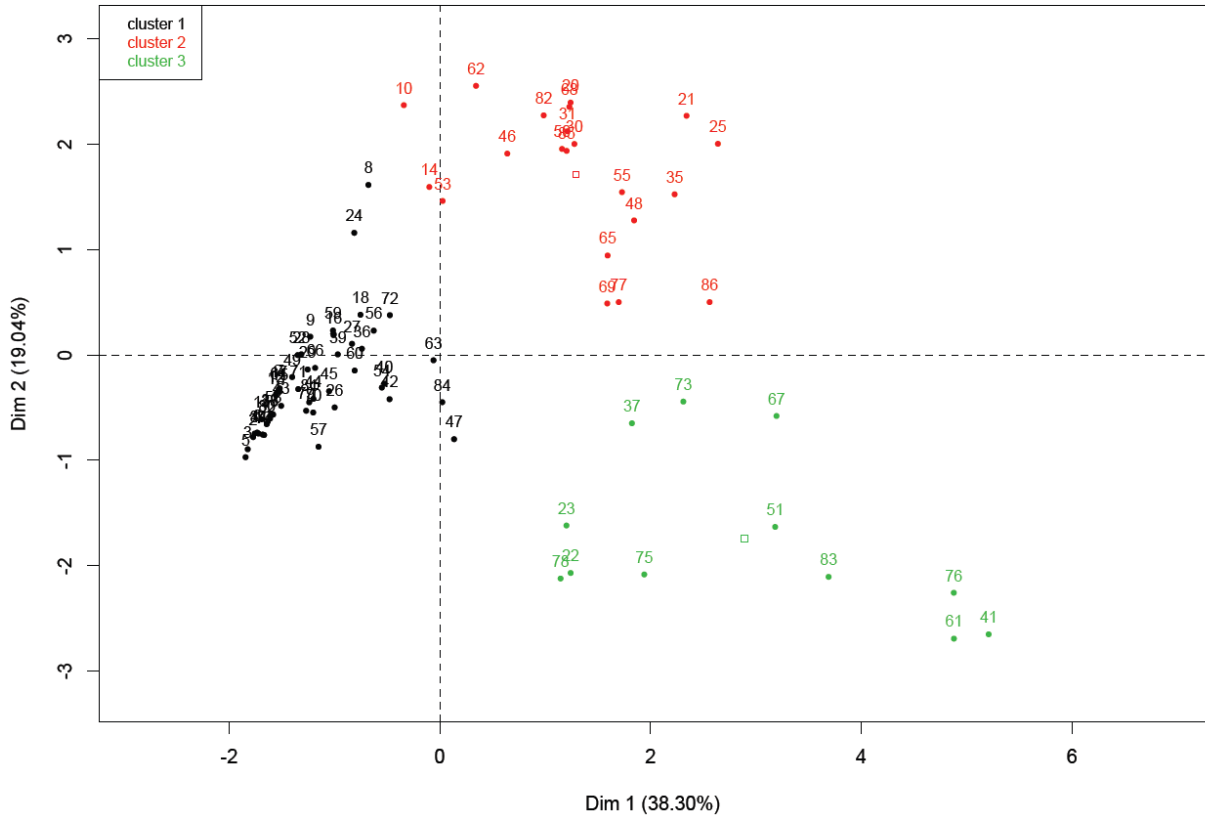
Toiles : canevas ; doublure ; quintin ; toile ; toile à doubler ; toile à matelas ; toile anglaise ; toile cirée ; toile d'Aurach ou durac ; toile de chanvre ; toile de cloître ; toile de coton ; toile de coton de Ste Marie ; toile de fil ; toile de Hollande ; toile de jute ; toile de laine et fil ; toile de Montbéliard ; toile de Paris ; toile de Provins ; toile de Rouen ; toile de Saint-Gall ; toile de Silésie ; toile de Souabe ; toile de Suisse ; toile de Villefranche ; toile des Indes ; toile d'étope ; toile d'Orange ; toile d'ortie ; toile peinte ; toile St Vit ; treillis.

Etoffes non identifiées : Alençon ; américaine ; augustine ; batavia ; bergopzoom ; biever ; bouchon ; buradal ; cadrille ; cafas ; calmon ; cannelé ; capucine ; carlet ; caroline ; chalon ; coalin ; coating ; cronerache ; égyptienne ; escot ; étame ; étoffe ; extrafort ; façon de St Nicolas ; façon peigné de soie ; floretas ; florette ; grenat ; hambourgeoise ; hollandaise ; landserge ; loque ; lustrine ; maubois ; mexicaine ; nankin ; panche ; peigné de Saxe ; perse ; perse anglaise ; perse d'Augsbourg ; péruvienne ; picaton ; piqué ; piqué d'Angleterre ; piqué de Saxe ; piqué de soie ; pluie d'or ; prunelle ; sagalis ; sorbette ; tabouret ; tamis ; tricot ; tricot d'Angleterre ; tuffe de laine ; velpel ; vilton ; voile.

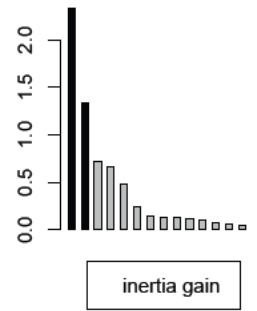
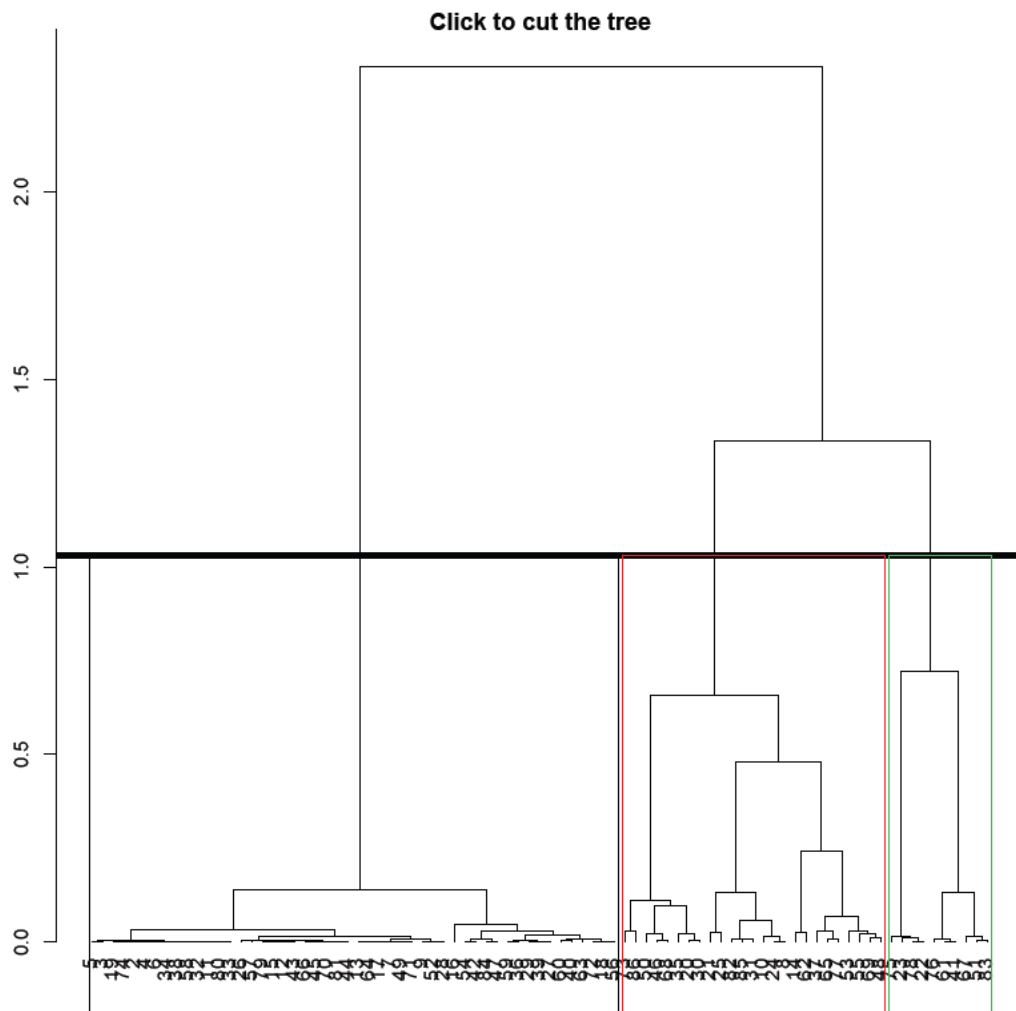
Annexe 15 : Les spécialisations dans le commerce de détail. Analyse factorielle.



Factor map



Hierarchical Clustering



Code	Nom	Localité de résidence	Montant des dettes passives (en liv. l.)	Cluster
2	GAZIN	Arracourt	5030,00	1
3	RANFAING	Châtel-sur-Moselle	18147,20	1
4	BARROIS	Lunéville	32636,00	1
5	DINGEN	Colombey	25314,15	1
6	ORBAN	Xivry-le-Franc	?	1
7	THIRIET	Lunéville	?	1
8	HINGRAY	Saint-Etienne-lès-Remiremont	15918,55	1
9	LESPERLETTE	Rambervillers	1851,05	1
10	HINGRAY	St Etienne lès Remiremont	5945,00	2
11	CLAIRAT	Vioménil	28327,10	1
12	RANFAING	Dompaire	26493,20	1
13	GAUTIER	Hanonville-au-Passage	10519,05	1
14	POUCHOT	Lunéville	?	2
15	CARTIER	Portieux	10487,35	1
16	LEBEL-SIBEN	Nancy	21279,00	1
17	DECHAND	Nancy	6166,00	1
18	BAUGUE	Darney	4450,00	1
19	COTTE	Lunéville	10593,00	1
20	FONDRION	Haréville	6235,00	2
21	GROSJEAN	Pont-à-Mousson	1651,00	2
22	ISABEY	Nancy	30640,00	3
23	MAYER & KLEIN	Bouquenom	61173,00	3
24	BAILLY	Jeandelize	2523,75	1
25	BABEL	Neufchâteau	4939,00	2
26	LEGROS	Darney	14145,05	1
27	NICK	Plombières	41874,80	1
28	CLAUDEL	Ruppes	4902,05	1
29	PIERRAT	Le Ménil	13567,85	1
30	CAUSSIN	Haréville	18789,00	2

Code	Nom	Localité de résidence	Montant des dettes passives (en liv. I.)	Cluster
31	SAILLET	Mirecourt	5801,00	2
32	BERNARDIN	Flavigny	10470,65	1
33	GRANDPAIRE	Damas-aux-Bois	3515,35	1
34	BRABENDERS	Corny	22581,45	1
35	FAYET	Nancy	5295,00	2
36	SCHACKER	(roulant)	10461,00	1
37	SABATIER	Nancy	8815,00	3
38	MEGET (1)	Neufchâteau	18040,00	1
39	MERCIER	Epinal	26749,00	1
40	BAUGUE	Darney	9086,90	1
41	HUGO	Charmes	24089,00	3
42	REAL	Etain	4691,00	1
43	HUGO	Honcourt	7627,00	1
44	RUYER	Fraize	2219,20	1
45	PATRIARCHE	St-Mihiel	9863,00	1
46	CARREZ	Nancy	14216,00	2
47	LEROUGE	Commercy	?	1
48	HOULOUX	Mirecourt	2964,00	2
49	VIOT	Vagney	16096,00	1
50	NIQUE (2)	Nancy	39187,00	2
51	PAVOT	Lunéville	?	3
52	KIFFER	Nancy	18893,00	1
53	VAILLAT (2)	Etain	15639,00	2
54	RIVET	Commercy	18545,55	1
55	SCHMITT	Grossbiederstroff	12234,35	2
56	THIÉBAULT	Hennezel	9026,25	1
57	MEGET (2)	Neufchâteau	9936,00	1
58	ROULOT	Hurbache	22749,05	1
59	VAILLAT (1)	Etain	11907,00	1

Code	Nom	Localité de résidence	Montant des dettes passives (en liv. l.)	Cluster
60	BOCQUET	Rupt-sur-Moselle	87616,45	1
61	CAZIN	Nomeny	?	3
62	GENY	Nancy	92705,00	2
63	NICOLAS	Blâmont	22728,30	1
64	HENRY	Lunéville	?	1
65	MATHIEU	Epinal	11342,35	2
66	GOGUET	Bruyères	36908,00	1
67	HENRY	Pont-à-Mousson	?	3
68	ODINOT	Haréville	21456,00	2
69	GAUDEZ	Neufchâteau	17180,00	2
70	GODART	Monthureux	28270,60	1
71	LEROUX	Dieuze	7240,00	1
72	DIDION	Bassompierre	16460,00	1
73	DURAND	Nancy	3198,00	3
74	GAROSSE	Lunéville	99239,70	1
75	JACQUIN	Monthureux sur Saône	8375,00	3
76	NIQUE (1)	Nancy	17575,00	3
77	THIRION	Nancy	21452,00	2
78	CHENEVAL	Commercy	60796,00	3
79	PELLERIN	Epinal	18953,00	1
80	CORMIER	Nancy	158911,00	1
81	RAMBAUD	Darney	22774,80	1
82	SALLE-BERARD	Sarreguemines	8584,00	2
83	ALICI & PROMPSAL	Lunéville	80297,00	3
84	GLEY	Gérardmer	20829,15	1
85	PLUS	Remiremont	18459,00	2
86	MAUS	Lunéville	14104,00	2

Relevé des sources

A) Archives Nationales

Série F¹²

F¹² 1544 (22) : Tableaux du Maximum Général du département de la Meuse. 1793/1794.

F¹² 1544 (54) : Tableaux du Maximum Général du département des Vosges. 1793/1794.

Série F²⁰

F²⁰ 356 : Relevé des foires et marchés du département de la Meurthe. 1793/1794.

F²⁰ 357 : Relevé des foires et marchés du département de la Meuse. 1793/1794.

F²⁰ 362 : Relevé des foires et marchés du département de la Moselle. 1793/1794.

F²⁰ 393 : Relevé des foires et marchés du département des Vosges. 1793/1794.

Série G

G¹ 132 : Mémoires, baux et règlements concernant les fermes de Lorraine : sel, cuirs, eaux-de-vie, sur les droits (haut-conduit, péages, traverses, issues foraines), arrêts divers. XVIII^{ème} siècle.

Série KK

KK 1184 : Mémoires généalogiques et statistiques, XVII^e et XVIII^e siècles.

Série Z1a (« Commission de Reims »)

Z1a 970 : procédures 1742/1743

Z1a 973 : procédures 1744/1745

Z1a 975 : procédures 1745

Z1a 977 : procédures 1746

Z1a 980 : procédures 1747/1748

Z1a 985 : procédures 1749/1750

B) Archives Départementales de Meurthe-et-Moselle

Série B

B 10.466 à 10.470 : Abonnement des vingtièmes, notamment d'industrie. 1765/1790.

10472 : Boulay

10473 : Bourmont, Briey et Chaumont

10474 : Dieuze

10478 : Epinal (dont dépend Remiremont)
10480 : Etain
10481 : Lunéville
10484 : ville de Lunéville
10485 : ville de Blâmont (dépendant de recette de Lunéville)
10486 : Mirecourt
10491 : Nancy
10495 : villes de Saint-Nicolas et Rosières (dépendant de la recette de Nancy)
10497 : Neufchâteau
10499 : ville de Neufchâteau
10504 : ville de Pont-à-Mousson
10507 : Badonviller (dépendant de la recette de Saint-Dié)
10508 : Saint-Dié
10510 : Saint-Mihiel
10515 et 10516 : Sarreguemines

B 10837 et 10838 : Pièces relatives à la liquidation de la Compagnie de Commerce. 1724/1735.

Série 11 B : Bailliage et prévôté de Nancy

11 B 1692 : feuilles d'audience (1725)
11 B 1715 : feuilles d'audience (1748)

Série 49 B : Justice Consulaire de Nancy

1) Comptes et papiers de gestion du Corps des marchands de Nancy et de Lorraine

B 1 : Titres fondateurs du corps des marchands (1341/1719) ; relations avec la collégiale Saint-Georges, chapelles (1607/1745 ; 1742/1786).

B 2 : Fonctionnement général de la juridiction consulaire (1628/1780) ; rapports avec l'Hôtel de Ville (1664/1782) ; correspondance administrative (2^e moitié XVIII^e siècle essentiellement).

B 3 : Correspondance avec les autres juridictions consulaires (1714/1791) ; désignation des juges-consuls (1673, 1691, 1715, 1727, 1760, 1776) ; lieutenances consulaires (1715/1719, 1739/1779, 1789/1790).

B 4 : Lieutenants consulaires (désignation et activité) 1763/1779 ; doyens consulaires (1607 et 1745/1781) ; papiers du doyen consulaire Pierre DARTIGE (1724/1735).

B 5 : Lieutenances consulaires (XVIII^e siècle) ; fiscalité royale (Vingtième d'industrie à Nancy, répartition 1755/1790).

B 6 : Recensement des hommes pour milice, avec listes des meilleurs notables négociants de Nancy reçus maîtres ou non, mentionnant leurs fils et commis ; Administration économique et commerciale générale 1698/1789

B 13 à 19 : Comptes du corps (XVI^e/XVIII^e siècle).

B 22 : Don de Stanislas aux marchands en difficulté : gestion par les marchands. 1749/1790.

B 25 à 28 : Droits d'entrée sur les marchandises (« Gabelle des marchands ») 1667/1777

B 29 : Ferme du tabac et de la marque des fers, Fermes Générales ; entrées, issues foraines et autres droits perçus aux frontières 1589/XVIIIème siècle.

2) Contentieux commercial

49 B 44 : registre des audiences 1722/1728

49 B 46 et 47 : registres des audiences 1745/1755

3) Inventaires marchands

1715-1730

49 B 162 : 1715-1726

49 B 163 : 1727-1728

49 B 164 : 1728-1730

1740-1755

49 B 167 : 1740-1742

49 B 168 : 1743-1746

49 B 169 : 1747

49 B 170 : 1748-1749

49 B 171 : 1749-1750

49 B 172 : 1750

49 B 173 : 1751-1752

49 B 174 : 1752

49 B 175 : 1753

49 B 176 : 1754

49 B 177 : 1755

1770-1790

49 B 216 : 1779

49 B 217 : 1780

49 B 218 : 1780

49 B 219 : 1781

49 B 220 : 1782

49 B 221 : 1782

49 B 222 : 1783

49 B 223 : 1784

49 B 224 : 1784

49 B 225 : 1785

4) Papiers marchands

CHAUSSON

Grand livre : 479

Livre d'achats : 481

Livre journal des ventes : 482 (janvier à juin 1750 + 2^e : août 1751- mai 1752) ; 483 (janvier-juin 1752)

Lettres envoyées : 488

Correspondance passive : 490

Vve NAVIERE

Journal des ventes : 711 (février 1754-décembre 1759 + un 2^e : janvier 1760-mars 1765)

Journal d'achats : 713

Grand livre : 714

Correspondance passive : 1756 (717), 1757 (717), 1758 (718), 1759-1762 (719).

GAILLOT

Livre de comptes de voyages : 713 (erreur : situé dans les fonds NAVIERE)

Comptes-courants reçus des banquiers : 635

Lettres de voiture : 636

CLISTRE (Vve HENRY)

Comptes-courants avec les banquiers : 660

Lettres de voiture : 661

EMPEREUR

Années 1720 et 1730 :

Correspondance active : 568

Correspondance passive : 1727 (578) ; 1728 (579) ; 1729 (580) ; 1730-1731 (581)

Journal des ventes : 553 (novembre 1727-juin 1729 et juin 1729-mars 1731)

Journal des achats : 562 (août 1728-décembre 1734).

Grand livre (ventes) : 562

Grand livre (achats) : 565

Années 1750

Correspondance active : 569

Correspondance passive : 1751 (594), 1752 (595), 1753 (596), 1754 (597)

Journal des ventes : 560 (octobre 1752-octobre 1754) ; 561 (novembre 1754-juillet 1756)

Journal des achats : 564

Grand livre (ventes) : 567

Grand livre (achats) : 566

Lettres de voiture : 606

LELEAL

1) Jean-François LELEAL

Lettres de voiture : 342 (1704-1710) ; 343 (1711-1714)

2) Dominique LELEAL

Lettres de voiture : 424 (1753-1759)

Carnets de négociation d'effets : 430 (1750-1757)

Série C

C 220 : Entre autres documents concernant d'autres villes et communautés, état des revenus communaux et d'octrois de Nancy. (1747/1782)

C 223 : Octrois de Nancy ; Arrêt de 1768 accordant à la ville la levée et perception, pendant plusieurs années, des droits d'octrois sur les vins, bières et eaux-de-vie, pour l'aider à s'acquitter de ses charges ; requêtes des cuisiniers, traiteurs, rôtisseurs, aubergistes, etc ... demandant à être affranchis de l'octroi que l'on percevait sur les vins nécessaires à leur consommation personnelle ; produit des octrois en 1783 et 1786, mémoires et projets ... 1768/1786

C 296 à 299 : approvisionnements militaires et convois (1734/1790)

C 296 : Certificat des syndics des communautés portant qu'ils ont reçu les ordres des subdélégués pour conduire des approvisionnements dans différentes villes ; répartitions faites sur les villages de la subdélégation de Vic pour conduire des grains dans plusieurs villes. 1734/1758

C 297 : Etat des lieux où les foins que les communautés de Lorraine étaient chargées de fournir aux armées devaient être rendus ; répartition de 70 chariots faite sur les communautés de la subdélégation de Vic ; règlements sur la composition de la ration de fourrage. 1735/1777

C 298 et 99 : Etats des voitures et des chevaux (de trait et de selle) fournis dans la généralité de Lorraine par le régisseur des étapes et convois militaires ; certificats de fourniture 1787/1790

C 307 à 310 : commerce et manufactures. Mémoires et statistiques. Créations et privilèges. (1729/1789)

C 307 : Mémoires sur le commerce et l'industrie de Nancy, des Vosges, du Barrois ; sur la librairie en Lorraine ; sur le commerce et les manufactures de la province ; notice des manufactures de Lorraine et Barrois 1747/1759

C 308 : Permission au sieur Lebel, entrepreneur de la manufacture de la Vènerie à Nancy d'y fabriquer de la flanelle ; verreries de subdélégation de Bitche ; établissement d'une teinturerie et d'une manufacture de draps à Saint-Nicolas ; privilèges des suifs à Nancy 1755/1787

C 310 : Mémoire sur les laines de la généralité ; établissement d'une fabrique d'amidon à Nancy ; confirmation de privilèges ... 1779/1789

C 311 : Mémoires divers sur la suppression des droits de traite perçus à l'intérieur de la province et de la foraine ; réponses. 1761/1782

C 312 : Droits sur les cuirs ; droit de coupelle sur les grains vendus à Nancy ; comptes des 100.000 l.t. offerts par Stanislas au corps des marchands de Nancy ; mémoires sur les juridictions consulaires. 1760/1788

C 356 : Juifs de Lorraine 1760/1788

Série F

Sous-série 3 F : Fonds dit « de Vienne »

3 F 283 : rivières et chemins de Lorraine 1633/1735

3 F 284 : Industrie et artisanat en Lorraine. Voir principalement mémoires, projets et autres pièces sur l'établissement de manufactures en Lorraine. Mémoires sur l'eau-de-vie, sur l'établissement d'une manufacture de draps et d'une autre de rubans à Nancy. Mémoires pour établir d'autres établissements dans d'autres endroits de la Lorraine. XVII/XVIIIème siècle.

3 F 302 à 306 : Impôts directs et indirects, taxes, fermes 1478/1732

3 F 302 : Entre autres pièces, états des impôts levés en Lorraine et Barrois sous l'occupation française ; mémoire sur taille proportionnelle ; mémoire de Léopold sur les franchises et exemptions d'impôts XVIIème/XVIIIème siècles

3 F 303 : Répartition de subvention imposée par la France en 1690 ; mémoires, rôles de répartition et autres pièces sur les impositions directes (notamment subvention et capitation) de Lorraine et Barrois de 1699 à 1727. 1690/1727

3 F 304 : « Etat des sommes à imposer pour la présente année mil sept cent treize, suivant les ordres de S.A.R. » 1713

3 F 305 : Entre autres pièces : mémoires sur la réforme des impositions ; Mémoires adressés au duc sur droits d'entrée et d'issue foraine (XVIIIème siècle) ; « Etats des acquits à caution pris au bureau de Nancy pour le transport des bleds de Lorraine dans les Evêchés » (1697/1698) ; extrait des registres du bureau de la foraine de Saint-Mihiel. 1627/1698

3 F 306 : Fermes générales de Lorraine et Barrois + droits de haut-conduit et péages. Entre autres pièces : mémoires et lettres sur les FG de Lorraine et Barrois (1629/1732) ; pièces sur les droits perçus par le duc ; états des droits de péage sur la Sarre (1709/1724) ; mémoires sur les droits de haut-conduit (XVIIIème siècle) et remarques (1731) sur leur application vis-à-vis des Evêchés ; règlements des péages et observations sur les péages d'Alsace. 1478/1732.

Série L

Fonds du département

L 233 et 233 bis : Dénombrement de la population du département (1790) ; Tableaux de la population par canton (1791)

L 246 bis : Etat des fabriques et manufactures

Fonds des districts

District de Blâmont

L 692 et 693 : Registres des patentes de la ville de Blâmont (An III)

District de Nancy

L 1466 : Tableaux du Maximum des denrées et marchandises (imprimés à Paris), 12 vol.

L 1467 (1 et 2) : Tableaux (imprimés et manuscrits) du maximum des denrées et marchandises qui se consomment dans l'étendue du district, dressés par l'agent national du district, conformément aux décrets de la Convention Nationale des 6 et 30 ventôse An II. An II/An III.

L 1560 : Questions sur le commerce, les manufactures et les usines de chaque commune. Correspondance relative aux mêmes objets et aux poids et mesures. Tableau des manufactures existant dans la ville de Nancy. 1790-An III

District de Vézelize.

L 2558 et 59 : Correspondance et arrêts relatifs aux subsistances. Lettres et instructions de la commission du commerce et des approvisionnements. Approvisionnements de la ville de Nancy. An II/An IV.

L 2614 et 2615 : Registres des patentes par commune du district (An II et An III)

Série Q.

1 Q 1152 : Déclarations faites par les négociants de Nancy, en exécution de la loi du 18 vendémiaire an II, des sommes par eux dues aux Anglais, Irlandais, Hanovriens, Toulonnais, états, appositions de scellés 1793/An III

Archives communales déposées aux Archives Départementales

Bourgs

Gerbeviller : AC 220/12 et 220/13 : rôles d'impositions à payer (1700 + 1753/1780)
Haroué : E-dépôt 250 CC 1 à 5 : rôles d'impositions 1717/1789
Rosières-aux-Salines : AC 461/19 pour 1725 ; AC 461/22 – CC 43 pour 1750 ; AC 461/24 1775 ; CC 98 pour 1790.

Villages

Affracourt : E-dépôt 5 CC 1 à 3 : rôles d'impositions (1738 à 1789)
Arnaville : Bj 857 (rôles d'impôts 1691/1789)
Arraye : Bj 11543 (idem 1721/1784) ; un rôle de subvention pour 1778.
Autrey : Bj 11546 : rôles de la subvention (1702/1720)
Benney : Bj 7776 : fiscalité 1720/1770
Bisping : Bj 10466 + 10472 : rôles d'impôts et pièces (1733/1788)
Bouxières-aux-Dames : E-dépôt 89 CC 1 à 4 : rôles de contribuables (1736 à 1789)
Ceintrey : E dépôt 108 CC 1 : rôles d'impositions (1770/1790)
Chambrey : Bj 4674 : rôles d'impôts (1615/1763)
Champigneulles : E-dépôt 114 CC 1 à 4 : rôles de contribuables (1698 à 1789) CC 3 : 1763/1764 et 1774/1776
Chenicourt : Bj 793 : rôles de la subvention (1761/1788)
Coiviller : Bj 149 : rôles des impositions (1735/1786)
Crépey : Bj 11681 : rôles de la subvention (1702/1765)
Diarville : E dépôt 155 CC 1 : rôle de la subvention (1767)
Domgermain : E-dépôt 161 CC 3 et 4 : rôles de la subvention 1720 à 1789
Essey-la-Côte : E-dépôt 181 CC 1 : rôles de la subvention (1724 à 1787)
Eulmont : E-dépôt 184 CC 1 à 5 : rôles d'impositions (1711 à 1789)
Euvezin et Bouillonville : Bj 1076 (idem 1715/1789)
Ferrières : Bj 7786 (1721/1788)
Flavigny-sur-Moselle : Bj 1351 et 1351 bis + 1352 (1700 à 1789)

Fléville : Bj 2087 : rôles d'impôts (1720/1759)
 Flin : E-dépôt 197 CC 1 : rôles de la subvention (1702/1755)
 Frouard : E-dépôt 213 CC 1 à 3 : rôles d'impôts (1675/1788)
 Gellenoncourt : Bj 1331 (1694/1789)
 Gondreville : Bj 2134 : rôles d'impôts (1714/1747)
 Grimonviller : Bj 8216 : rôles d'impôts (1670/1789)
 Hamonville : Bj 10690 (1729/1789)
 Heillecourt : E-dépôt 255 CC1 et 2 : rôles des contribuables 1725/1787
 Jarville-la-Malgrange : E-dépôt 272 CC 1 : rôles d'impositions (1741/1790)
 Jaulny : Bj 1158 (1636/1790)
 Leyr : Bj 1325 (1700/1739) + 1191 (1732/1780)
 Laneuvelotte : Bj 2461 (1714/1789)
 Lixières : Bj 593 : rôles d'impôts (XVIIIe siècle)
 Lucy : Bj 11806 : rôles d'impôts (1613/1783)
 Malleloy : Bj 1892 (1708/1787)
 Mamey : Bj 795 : rôles d'impôts (1728/1787)
 Mangonville : Bj 6631 : rôles d'impôts (1760/1789)
 Marthemont : Bj 8889 : rôles d'impôts (1730/1789)
 Messein : Bj 2196 : rôles d'impôts (1721/1789)
 Millery : Bj 11478 (subvention, 1701/1774)
 Marainviller : AC 349/4 : rôles d'impositions (1706/1764)
 Morville-sur-Seille : Bj 957 (1710/1788)
 Onville : AC 409/2 : rôles d'impositions 1775/1788
 Prény : Bj 11432 : rôles d'impôts (XVIIIe siècle)
 Pulligny : Bj 10124 : rôles d'impôts (1682/1756)
 Pulnoy : Bj 1807 (1694/1790)
 Saizerais : E dépôt 489 CC 1 : 20° ??
 Saulxures-les-Vannes : Bj 9031 (1690/1788)
 Selaincourt : AC 499/3 CC 1 et 2 : taille (1709/1715) et 1758
 Sommerviller : AC 508/3 et 508/4 : rôles d'impositions 1712/1789
 Tantonville : Bj 11405 : rôles d'impôts (1727/1768)
 Thézey-Saint-Martin : Bj 755 : rôles d'impôts (1711/1785)
 Thuilley-aux-Groseilles : Bj 11401 : rôles d'impôts (XVIIIe siècle)
 Vergaville : Bj 9834 : Subvention et Ponts et Chaussées (1719/1784) ; Déclarations des cotisables : Bj 10984 à 10987 (1741 à 1790) + Bj 9835 (1761/1780)
 Villacourt : E-dépôt 566 CC 1 à 4 : rôles de la subvention (1707/1790)
 Viviers : Bj 5027, 10324 et 11810 : rôles de la taille (1734/1787).

C) Archives Départementales des Vosges

Villes et bourgs

Bains (AD 88 E dépôt 29) : CC 3 à 6 : rôles de la subvention (1714/1790)

Bruyères (AD 88 E dépôt 80) : CC 2 à 5 : rôles de subvention 1697/1789

Châtel-sur-Moselle (AD 88, E dépôt 96)

CC 183 à 189 : rôles de la subvention (1692 ; 1699/1789)

CC 183 : 1692 ; 1699/1700

CC 184 : 1713/1714 + 1725/1726
CC 185 : 1737/1738
CC 186 : 1750/1751
CC 187 : 1763/1764
CC 188 : 1775/1776
CC 189 : 1788/1789

Darney (88) : B 230 : rôles de la subvention (1704/1757)

Epinal : CC 287 : rôles de la subvention (1771 à 1773) ; CC 288 : idem (1775/1776) ; CC 292 : idem (1789/1790).

Mirecourt (aux AD 88 : E dépôt 309) : CC 3 à 17 : rôles de la subvention

CC 6 : 1715/1716
CC 7 : 1725
CC 8 : 1726
CC 10 : 1738/1739
CC 11 : 1750
CC 12 : 1751
CC 13 : 1763/1764
CC 14 : 1775
CC 15 : 1776
CC 17 : 1787 et 1789

Raon-l'Étape (aux AD 88 : E dépôt 379) : CC 8 à 10 : rôles de la subvention 1710/1788 ; CC 12 : un autre rôle 1689

Remiremont (aux AD 88) E dépôt 390

CC 29 à 39 : subvention (1706/1790)

CC 29 (pour 1706/1707)
CC 30 (pour 1725/1726)
CC 33 pour 1750 et CC 34 pour 1751
CC 35 : pour 1762 et 1763
CC 37 pour 1774/1775
CC 39 pour 1789/1790

Villages

Avrainville : E dépôt 24 CC 1 : rôles de la subvention 1732/1789

Beauménil : E dépôt 46 CC 1 : rôles de la subvention 1736/1790

Bellefontaine : E dépôt 48 CC 2 : rôles de la subvention (1714/1788)

Bettoncourt : E dépôt 57 CC 2 : rôles de la subvention (1728/1787)

Bulgnéville : B 2997 : Rôle des habitants de Bulgnéville (1699) ; B 2979 : idem (1735)

Chamagne : E dépôt 86 CC 2 : 1723/1790

La Chapelle aux Bois : E dépôt 90 CC 1 : rôles de la subvention 1731/1790

La Chapelle devant Bruyères : E dépôt 91 CC 2 : rôles de la subvention (1732 ; 1787/1788)

Coussey : E dépôt 120 CC 4 et 5 : 1721 à 1755

Damas et Bettegney : E dépôt 124 CC 1 : rôles 1774/1789

Deyvillers : E dépôt 134 CC 1 : rôles 1729/1788

Dombrot-sur-Vair : E dépôt 143 CC 1, 3 et 4 : rôles d'impositions, 1711/1745 ; 1764/1787 ; 1789)
 Dommartin-lès-Remiremont : E dépôt 150 CC 3 : rôles 1752/1790
 Entre-Deux-Eaux : E dépôt 161 CC 1 : rôles 1761/1790
 Fays : E dépôt 172 CC 2 : rôles (1711/1789)
 Florémont : E dépôt 176 CC 2 : rôles des habitants (1755/1780)
 Hagécourt : E dépôt 230 CC 1 : rôles (1778/1789)
 Hagnéville : E dépôt 231 CC 3 : rôles de la subvention (1772/1787)
 Hennecourt : E dépôt 241 CC 1 : rôles de taille (1649/1659) ; E dépôt 241 CC 2 : rôles de la subvention (1720/1786)
 Houécourt : E dépôt 246 CC 2 : rôles de la subvention (1776/1789)
 Igney : E dépôt 252 CC 3 : rôles de la subvention (1743/1782)
 Légéville-et-Bonfays : E dépôt 269 CC 1 à 2 ; CC 3 (pas communicable)
 Lépages-sur-Vologne : E dépôt 271 CC 1 : rôles (1604/1790)
 Mandres-sur-Vair : E dépôt 290 CC 5 et 6 : rôles des habitants (1685/1773) ; CC 7 : rôles des ponts et chaussées et subvention (1693/1777)
 Marainville : E dépôt 291 CC 1 et 2 : rôles 1738/1790
 Mattaincourt : E dépôt 297 CC 2 à 4 : livres de comptes (1736/1766)
 Médonville : E dépôt 301 CC 1 à 3 : rôles de la subvention et autres contributions (1712/1789) – sans doute le 20^e en CC 2.
 La Neuveville-lès-Raon : E dépôt 328 CC 1 : rôles 1739/1789
 Nonville : E dépôt 335 CC 1 : rôles de la subvention (1747/1789)
 Norroy : E dépôt 337 CC 3 : rôles de la subvention (1740/1779)
 Provenchères-lès-Darney : E dépôt 367 CC 1 à 3 : rôles de la subvention et des Ponts et Chaussées (1720/1789)
 Raon-aux-Bois : E dépôt 378 CC 1 : rôles 1782/1788 ; CC 3 : rôles 1746/1789
 Relanges : E dépôt 388 CC 2 : rôles (1731/1789)
 Repel : B 228 : Rôles de tailles pour la communauté de Repel (1733/1772)
 Rochesson : E dépôt 398 CC 2 : 20^e (1758/1776) ; CC 4 et 5 : rôles 1755/1790
 Romont : E dépôt 402 CC 3 et 4 : rôles des contributions 1715/1789
 Rouvres-la-Chétive : E dépôt 409 CC 2 et 3 : rôles de la subvention (1720/1787) ; CC 4 : rôle pour le supplément d'abonnement (1771/1788)
 Saint-Etienne-lès-Remiremont : E dépôt 424 CC 3 : rôles du 20^e (1765/an IV)
 Saint-Nabord : E dépôt 436 CC 1 : rôles de la subvention (1730/1786)
 Ban de Vagney (aujourd'hui : Le Syndicat) : E dépôt 470 CC 5 : rôles (1763/1788)
 Tendon : E dépôt 472 CC 3 : rôles d'imposition (1768/1790)
 Ubexy : E dépôt 489 CC 1 et 2 : rôles de la subvention et des Ponts et Chaussées 1725 + 1779
 Vagney : E dépôt 496 CC 1 à 3 : contributions 1722/1789
 Le Valtin : E dépôt 502 CC 1 : rôles (1747/1776)
 Vecoux : E dépôt 508 CC 4 et 5 : 20^e (1759/1766)
 Ventron : E dépôt 510 CC 5 et 6 : rôles (1734/1790)
 Ville-sur-Illon : E dépôt 520 CC 3 : rôle pour la prestation de la route d'Epinal à Rambervillers (1778)
 Villotte (88) : E dépôt 522/1 : rôles de la subvention (1727/1783)
 Vincey : E dépôt 525 CC 4 à 6 : rôle des contributions (1706/1789)
 Xaronval : E dépôt 541 CC 2 et 3 : rôles de la subvention 1731 + 1752/1789

D) Archives Départementales de la Meuse

Archives communales de Bar-le-Duc (dépôt aux Archives Départementales)

E-dépôt 460/837 : registre des patentes pour la ville de Bar-le-Duc (An V).

Archives communales de Ligny-en-Barrois (dépôt aux Archives Départementales)

6 E 58 : Rôles des contribuables 1740/1743
6 E 59 : Rôles des contribuables 1744/1745
6 E 60 : Rôles des contribuables 1746/1751
6 E 61 : Rôles des contribuables 1753/1755
6 E 62 : Rôles des contribuables 1756/1759
6 E 63 : Rôles des contribuables 1770/1771
6 E 64 : Rôles des contribuables 1772/1773
6 E 65 : Rôles des contribuables 1774/1775
6 E 66 : Rôles des contribuables 1777/1778
6 E 67 : Rôles des contribuables 1779/1780
6 E 68 : Rôles des contribuables 1782/1785

E) Archives Départementales du Rhône (Tribunal de la Conservation des Foires)

8 B 1223 (23) : Fonds Seilhade (Correspondance passive en provenance du Nord-est de la France, 1723/1741).

8 B 625 (1) : Fonds Martinet et Aubanel (Traités de commerce de 1750 à 1756, courrier reçu de 1755 à 1756, papiers commerciaux, lettres de voiture, notes, lettres de change, factures, reçus, quittances, billets à ordre, comptes, bilans, livres de ports de lettres (1755, principalement Provence et Bourgogne), procurations de 1740 à 1756).

F) Archives Municipales de Nancy

Série CC

Imposition des Ponts et Chaussées

CC 631 : pour 1728 (mais reprendre pour cette année à quoi correspondent les quartiers employés pour faire les levées ; partir des registres en CC 630).

CC 638 : pour 1741

CC 642 : pour 1748 ou 1749 ; mais pour la paroisse Saint-Sébastien, il va falloir reprendre les sols de paroisse (CC 453 et 454 pour 1748, CC 456, 457 et 458 pour 1749). Le même problème pour 1751 (CC 644) : voir donc les sols de paroisse pour cette date (CC 465 à 467).

CC 662 : pour 1763

CC 678 : pour 1775

CC 689 : pour 1785

Droits d'entrée dans la ville

CC 775 : Documents généraux sur les droits, fermes et gabelles de la ville. Recueils de textes normatifs, de titres, de baux, de remontrances, de mémoires. XVIème/XVIIème siècle

CC 776 : Documents relatifs à l'établissement des droits, fermes et gabelles. Recueils de textes normatifs, de remontrances, de réclamations ... copies de documents des XIVème et XVème siècles/ XVIème/XVIIème/XVIIIème siècles.

CC 781 : Gabelle des bouchers, du lard et de la marée. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème siècle.

CC 782 : Gabelle due par les tanneurs et cordonniers. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 783 : Gabelle des charpentiers ou ferme des cuves, cercles et tonneaux. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 784 : Droits de cueillerette et de coupelle des grains. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 785 : Gabelle des bêtes sur pied. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 786 : Gabelle des tables à vendre le poisson. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 787 : Ferme des droits d'étalage dans les halles et marchés. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 788 : Gabelle du lard. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 789 : Droits sur les blés moulus aux Grands Moulins de Nancy. Documents normatifs sur la perception du droit et requêtes. XVIIème et XVIIIème siècles.

CC 790 : Privilèges de marchands forains à l'entrée à Nancy. Enquêtes et requêtes diverses. XVIème/XVIIème siècles

CC 792 et 793 : Enchères pour l'adjudication des fermes de la Ville. 1686/1706

CC 794 : « Registre pour les ventes et adjudications des fermes dépendantes du domaine de l'Hôtel de Ville de Nancy » 1710/1728

CC 795 : Adjudications des fermes des gabelles en 1729, 1730, 1731, 1732, 1733, 1734, 1743, 1744, 1745, 1747, 1748.

CC 796 : Adjudications des fermes des gabelles. 1750/1765

CC 797 : Adjudications des fermes des gabelles + documents normatifs sur les octrois, 1766/1786

CC 798 : Décrets et arrêtés portant prorogation des anciens octrois concédés à la Ville. 1759/1785

G) Archives Municipales de Lunéville

G¹ 3(1) : Relevé des patentes de la ville de Lunéville (1795).

H) Archives Municipales de Lyon

HH 557 : registre des marchands-fabricants (1780).
HH 622 et 623 : réception des marchands (1779-1791).

I) Bibliothèque Municipale de Nancy

Manuscrits.

Ms. 146 : Recueil de lettres patentes, édits, ordonnances, la plupart relatifs aux droits d'octroi de la ville de Nancy (21 juin 1504/20 décembre 1761)

Ms. 169 à 172 : Recueil d'édits, d'arrêts, déclarations, etc. concernant les droits de haut-conduit, d'entrée, d'issue foraine en Lorraine 1597/1767

Ms. 2142 (1202) : Les Etats de Lorraine et de Barrois. Extraits des feuilles générales du dénombrement ordonné par Léopold Ier en 1706, et qui furent dressés et exécutés sur les lieux de chaque prévôté par MM. Les maîtres des comptes de Lorraine et de Barrois, de la main de Didier BUGNON.

Ms. (1383) : Règlements et titres relatifs aux octrois, Caphouse, halle au blés, droit de coupelle, droit sur les boissons, sur les étalages, etc. XVIIème et XVIIIème siècles.

Imprimés.

Almanachs, annuaires, répertoires.

Almanach de Lorraine et Barrois 1762, 1763, 1765 à 90

Calendrier de la Cour de S.A.R. pour les années 1750, 1756, 1761 et 1771

Almanach royal de la Cour du roi de Pologne, pour 1762 et 1766

Almanachs des départements de la Meurthe, des Vosges, de la Meuse et de la Moselle (sic), qui se partagent les anciennes provinces de Lorraine et Barrois, année 1791

Almanach du département de la Meurthe, 1792/1793 ; *Annuaire du département de la Meurthe*. Ans IX, X, XI

Almanach du citoyen pour le département de la Meurthe. Ans V et VI ; *Annuaire du citoyen pour le département de la Meurthe*. Ans VII, VIII, IX, X, XI

Annuaire du département de la Meurthe. Ans 9, 10, 11 et 12

Annuaire du département de la Meurthe. Ans XII, XIII (1806) ; 1822 à 1838 ; 1839 à 1848...

Monographies et descriptions statistiques

COSTER et alii, *Description abrégée du département de la Meurthe*, Paris, Imprimerie de la République, An VII

REGNARD-GIRONCOURT, *Précis statistique du département de la Meurthe, pour servir d'introduction au dictionnaire topographique-historique-statistique du même département (...)*, Nancy, An X

THIEBAUT, Claude *Dictionnaire géographique, statistique du département de la Meurthe*, Nancy, An XI

MICHEL, Louis-Antoine *Statistique administrative et historique du département de la Meurthe*, Paris, Imprimerie Nationale, An XIII

BILLISTEIN, Marquis de *Essai de navigation lorraine*, Amsterdam, 1764

Recueils et répertoires de sources administratives. Affiches et proclamations.

Bail des Fermes Générales des domaines, gabelles et tabacs de Lorraine et Barrois, passé le 23 novembre 1719 (...), Nancy, 1720

Bail des Fermes Générales des domaines, gabelles et tabacs de Lorraine et Barrois, passé le 2 mars 1730 (...), Nancy, 1730

Bail des Fermes Générales des domaines, gabelles et tabacs de Lorraine et Barrois, passé le 7 septembre 1737 (...), Nancy, 1738

Coutumes générales du duché de lorraine, pour les bailliages de Nancy, Vosge et Allemagne, Nancy, 1783

Déclaration du Roi, faisant bail des Fermes Générales des domaines, gabelles et tabacs de Lorraine et Barrois à Louis DIETRICH (...), Nancy, s.d.

Déclaration du Roi, faisant bail des Fermes Générales des domaines, gabelles et tabacs de Lorraine et Barrois à Jean-Louis BONNARD (...), Nancy, s.d.

Tarif de Lorraine et Barrois (...) Droits sur les marchandises entrant et sortant des Etats de Lorraine et Barrois, Nancy, 1665

Tarif général des droits d'entrées et sorties des duchés de Lorraine et Bar, pays et Etats de S.M., Nancy, 1665

Recueil des édits, déclarations, arrêts et règlements concernant la ferme générale du tabac de Lorraine et Barrois (de 1703 à 1752), Nancy, 1752

Mémoires, dissertations, libelles.

Mémoire des Juges-Consuls de Lorraine et de Barrois et du Corps des marchands de Nancy, présenté le 15 juin 1762 à Mgr l'Intendant de la Province, sur les raisons qui doivent affranchir le commerce des Duchés de Lorraine et de Bar du Tarif Général projeté pour le Royaume de France, Nancy, 1762

Observations des commerçants lorrains sur le projet du reculement des barrières, Nancy, 1787

BRESSON, Louis *Réponse d'un citoyen à un citoyen*, Nancy, 1762

COSTER, Joseph-François *La Lorraine commerçante. Discours qui a remporté le prix des sciences, au jugement de MM. De la Société royale des sciences et belles-lettres de Nancy, pour l'année 1759*, Nancy, Veuve et C. LESEURE, 1760

COSTER, Joseph-François *Lettres d'un citoyen à un magistrat sur les raisons qui doivent affranchir le commerce des Duchés de Lorraine et de Bar du tarif général projeté pour le Royaume de France*, Nancy, 1762

DESSALES, *Réflexions d'un fabricant à propos du commerce de Lorraine*, Nancy, 1787

ROEDERER, Pierre-Louis *Questions proposées par la commission intermédiaire de l'assemblée provinciale de Lorraine, concernant le reculement des barrières (...)*, 1787

ROEDERER, Pierre-Louis *Réflexions sur le rapport fait à l'assemblée provinciale de Metz, au sujet du reculement des barrières (...)*, 1788

MICHEL, Nicolas-Léopold *Recueil des fondations et établissements faits par le Roi de Pologne (...) dans la ville de Nancy pour son embellissement*, Lunéville, Messuy, 1762

J) Bibliothèque Municipale de Rouen

Ms. 2151 (371) : Mémoire concernant la Lorraine et le Barrois.

Ms. 2152 (136) : Mémoire sur la Lorraine, ou recueil de pièces relatives à la cession de la Lorraine à la France, 1736.

Ms. 2161 à 2163 (30) : « Procès-verbal de Lorraine et Barrois, contenant la partie historique et le haut-conduit régi par la Ferme Générale. 1^e volume. Année 1738. M. Dupin » ; deuxième volume manque ; « 3^e volume : « Procès-verbal (...) contenant les parties sous-fermées, savoir la gabelle de l'intérieur, la vente étrangère des sels et les domaines. Année 1738. M. Dupin » ; 4^e volume : « Procès-verbal (...) contenant le tabac. Année 1738. M. Dupin ».

Ms. 2164 (129) : Commerce de la Lorraine en 1738.

Bibliographie.

A) Questions méthodologiques et archivistiques

A.1. Réflexions épistémologiques.

L'Histoire Sociale. Sources et méthodes. Colloque de Saint-Cloud, 15 et 16 mai 1965., Paris, 1967.

LEFEBVRE, Henri *L'idéologie structuraliste*, Paris, Seuil, 1975

KULA, Witold *Problemy i metody historii gospodarczej*, Varsovie, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1963.

REVEL, Jacques (dir.) *Jeux d'échelles. La micro-analyse à l'expérience*, Paris, Seuil/Gallimard, 1996.

A.2. Questions archivistiques et traitement des sources

Les juridictions consulaires et le fonds des faillites

Etudes de droit commercial sous la direction de J. Hamel, Paris, 1953.

Geschichte der Handelskammer zu Frankfurt-am-Main (1707-1908). Beiträge zur Frankfurter Handelsgeschichte, Francfort, 1908.

« Justice commerciale et histoire économique. Enjeux et mesures. », *Histoire et Mesure*, volume XXIII, 2008, n° 1.

ANTONETTI, Guy « Les faillites dans la pratique notariale aux XVIIème et XVIIIème siècles », *Gnomon*, n° 68, 1988, pp. 4-11.

ANTONETTI, Guy « La crise économique de 1729/1731 à Paris d'après les règlements de faillite », *Etudes et documents du CHEFF*, vol. 2, 1998, pp. 35-181.

BIOTTI-BARCHIESI, Françoise *Faillites et banqueroutes de la Renaissance à la fin de l'Ancien Régime*, Thèse d'histoire du droit, Paris II, 1993, 2 volumes.

CHAMBERT, Emmanuel *Le tribunal de commerce de Nancy et l'ancienne justice consulaire de Lorraine*, Nancy, Editions du Pays Lorrain, 1936.

CHASSAGNE, Serge « Comment pouvait-on être juge-consul à Angers au cours du XVIIIème siècle ? », *Annales de Bretagne*, LXXVI, 1969, pp. 407-431.

CHASSAGNE, Serge « Faillis en Anjou au XVIIIème siècle. Contribution à l'histoire économique d'une province. », *Annales ESC*, 1970, pp. 478-498.

DARDEL, Pierre « Crises et faillites à Rouen et dans la Haute-Normandie de 1740 à l'an V », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 1948, pp. 53-71.

DEMARS-SION, Véronique « Contribution à l'histoire de la faillite : étude de la cession de biens à la fin de l'Ancien Régime », *Revue d'Histoire du Droit*, 75-1, janvier-mars 1997, pp. 33-91.

DUPIEUX, Paul « Les attributions de la juridiction consulaire de Paris, 1563/1792 », *Bibliothèque de l'Ecole des Chartes*, 95, 1935, pp. 116-148.

EMMANUELLI, François-Xavier *La crise marseillaise de 1774 et la chute des courtiers*, 1979.

GLASSON, Edouard « Les juges et consuls des marchands », *Nouvelle Revue de Droit Français et Etranger*, 1897.

HAUSER, Henri « Les archives privées et l'histoire : I, les fonds des faillites », *Annales HES*, 12, 1931, pp. 542-543.

HILAIRE, Jean *Introduction historique au droit commercial*, Paris, PUF, 1986.

HILAIRE, Jean *La droit, les affaires et l'histoire*, Paris, Economica, 1995.

HOOCK, Jochen „Zur Entwicklung der französischen Handelsgerichtsbarkeit zwischen dem 16. und dem 18. Jh.“, Colloque du CNRS, *La Genèse de l'Etat moderne*, Bielefeld, décembre 1985.

HOPPIT, Julian *Risk and Failure in English Business 1700/1800*, Cambridge, UP, 1987.

KESSLER, Amalia D. *A Revolution in Commerce. The Parisian Merchant Court and the Rise of Commercial Society in 18th Century France*, Yale, UP, 2007.

LAFON, Jacqueline-Lucienne *Les Députés du Commerce et l'Ordonnance de Mars 1673 : les juridictions consulaires, principe et compétences*, Paris, Editions Cujas, 1979.

LAFON, Jacqueline-Lucienne *Juges et consuls à la recherche d'un statut dans la France d'Ancien Régime*, Paris, Economica, 1981.

LAFOSSE, Henri *La juridiction consulaire de Rouen (1556/1791)*, Rouen, 1921.

LEFAS, Alexandre « De l'origine des juridictions consulaires des marchands de France », *Revue Historique du Droit Français et Etranger*, 1924.

LEPAGE, Henri « La juridiction consulaire de Lorraine et Barrois et la confrérie des marchands de Nancy », *Mémoires de la Société Archéologique Lorraine*, 1868, pp. 1-43.

LEVY-BRUHL, Henri « Etude historique sur la revendication du vendeur de meubles en matière de faillite », *Annales de droit commercial*, 1938, pp. 295-326.

LEVY-BRUHL, Henri « La faillite dans notre ancien droit s'appliquait-elle aux non-commerçants ? », *Revue d'Histoire du Droit*, 1939, pp. 89-103.

LEVY-BRUHL, Henri « La banqueroute dans l'ancien droit français », *Revue de science criminelle et de droit pénal comparé*, 1947, pp. 487-504.

MARTIN, Jean-Clément « Le commerçant, la faillite et l'historien », *Annales ESC*, 35 (6), 1980, pp. 1251-1268.

PARISET, Maurice « La Chambre de commerce de Lyon au XVIIIème siècle », in *Mémoires de l'Académie des Sciences, Belles-Lettres et Arts de Lyon. Classe des lettres*, 24, Paris/Lyon, 1887, pp. 1-176.

QUENET, Maurice *Le général du commerce à Nantes. Essai sur les institutions corporatives coutumières des négociants au XVIIIe siècle*, Thèse, Nantes, 1973.

SAINT-JACOB, Pierre de « Histoire économique et sociale dans les archives de la juridiction consulaire de Dijon, 1715-1789 », *Bulletin de la Société d'Histoire moderne*, 1957, 12^{ème} série, n° 4, pp. 2-10.

SQUARZONI, René « Marseille et l'Europe en 1729/1731. Une crise du commerce et du crédit dans une dépression généralisée », *Cahiers de la Méditerranée*, 1977, pp. 17-44.

STOLTZ, Robert « L'origine de la justice consulaire de Lorraine », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, II, 1951, pp. 163-185.

Fonds des notaires

Problèmes et méthodes d'analyse historique de l'activité notariale, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1991.

GARDEN, Maurice « Le contrat de mariage lyonnais : une source de l'histoire sociale du XVIIIème siècle », *Actes du 89ème congrès des sociétés savantes*, Lyon, 1964.

GARDEN, Maurice « Les inventaires après décès : source globale de l'histoire sociale lyonnaise ou juxtaposition de monographies familiales ? », *Cahiers d'histoire*, XII, 1967, pp. 153-173.

LAFFONT, Jean-Luc *Notaires, Notariat et société sous l'Ancien Régime*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1990.

POISSON, Jean-Paul *Notaires et société. Travaux d'histoire et de sociologie notariales*, Paris, Economica, 1985.

Impositions et rôles fiscaux

ANTOINE, Michel « A propos des dénombrements de population des Duchés de Lorraine et de Bar sous le règne de Léopold », *Annales de l'Est*, 1953, pp. 79-85.

BLUM, Alain et GRIBAUDI, Maurizio « Les déclarations professionnelles. Pratiques, inscriptions, sources », *Annales ESC*, 48-4, 1993, pp. 987-995.

BOIDIN, André *Un impôt sur le revenu sous la Révolution : la contribution patriotique, son établissement, son organisation, son fonctionnement dans la province de Lorraine et Barrois puis dans le département de la Meurthe*, Thèse pour le doctorat de droit, Nancy, Berger-Levrault, 1909.

BOYE, Pierre *Le budget de la province de Lorraine et Barrois sous le règne nominal de Stanislas (1737/1766)*, Nancy, Berger-Levrault, 1896.

BOYE, Pierre *La querelle des vingtièmes en Lorraine, l'exil et le retour de M. de Chateaufort*, Nancy, Editions du Pays Lorrain, 1906.

CARDENAL, Louis de « La contribution patriotique du quart du revenu », *Commission d'histoire économique de la Révolution Française. Mémoires et documents*, VII, pp. 7-137, 1937.

DIEDLER, Jean-Michel « Fiscalités et sociétés rurales en Lorraine méridionale : l'exemple de la prévôté de Bruyères de René II à Stanislas (1473-1766) », in Antoine FOLLAIN & Gilbert LARGUIER (dir.), *L'impôt des campagnes. Fragile fondement de l'Etat dit moderne (XVe-XVIIIe siècle)*, Paris, CHEFF, 2005, p. 194 sqq.

FOLLAIN, Antoine et LARGUIER, Gilbert « La taille et ses équivalents en France au XVIIIe siècle », *Etudes et documents du CHEFF*, XII, 2003, p. 387.

GRANDSIRE, Georges *L'impôt sur le revenu en Lorraine et Barrois au XVIIIème siècle. Les vingtièmes*, Paris, Sirey, 1927.

LAFOURCADE, Jean *Histoire de la patente. La patente à l'époque révolutionnaire et impériale*, s.l.n.d., (Thèse de droit, Paris, 1965)

MARGAIRAZ, Dominique « Enjeux et pratiques des classifications du commerce en France. Les trois figures de différenciation gros/détail », in *Retailers and Consumer Changes in Early Modern Europe. England, France, Italy and Low Countries/Marchands et consommateurs : les mutations de l'Europe moderne. Angleterre, France, Italie, Pays-Bas*, Tours, Presses de l'Université François-Rabelais, 2005, p. 226 sqq.

PERROT, Jean-Claude « Introduction à l'emploi des registres fiscaux en histoire sociale. L'exemple de Caen au XVIIIe siècle », *Annales de Normandie*, 16, 1, 1966, pp. 33-63.

SCHNERB, Robert « La répartition des impôts directs à la fin de l'Ancien Régime », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 1960, n° 2, pp. 129-145.

VANSON, Lucien « La subvention, impôt sur les facultés présumées en Lorraine dans l'Ancien Régime », *Revue Historique Lorraine*, 1933, pp. 102-111.

VILLAIN, Jean *Le recouvrement des impôts directs dans la France d'Ancien Régime*, Paris, Marcel Champion, 1952.

VISINE, François « Préface à l'étude de quelques éléments statistiques relatifs aux duchés de Lorraine et de Bar en 1708 », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, 1, 1950, p. 179 à 206.

Statistiques

BRÜCKNER, Jutta *Staatswissenschaften, Kameralismus und Naturrecht. Ein Beitrag zur Geschichte der politischen Wissenschaften im Deutschland des späten 17. Jahrhunderts und des frühen 18. Jahrhunderts*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1977.

MOLINIER, Jean « Le calcul d'agrégats en France antérieurement à 1850 », *Revue d'économie politique*, 1957, pp. 875-897.

MOUREAUX, Philippe *Les préoccupations statistiques du gouvernement des Pays-Bas autrichiens et le dénombrement des industries dressé en 1764*, Bruxelles, Université Libre de Bruxelles, 1971.

PERROT, Jean-Claude *L'âge d'or de la statistique régionale française (an IV-1804)*, Paris, Société des Etudes Robespierriennes, 1977.

PERROT, Jean-Claude (dir.) *La statistique en France à l'époque napoléonienne*, Bruxelles, EHESS/Centre Guillaume-Jacquemyns, 1981.

PERROT, Jean-Claude (éd.) *Lavoisier, la richesse territoriale du Royaume de France*, Paris, Comité des Travaux Historiques et Scientifiques, 1988.

TRIBE, Keith *Governing Economy : The Reformation of German Economic Discourse (1750-1840)*, Cambridge, University Press, 1988.

B) Les espaces rhénans et mosellan.

B.1 Entre la France et l'Empire.

Territoires.

BADER, Karl *Der deutsche Südwesten in seiner territorialstaatlichen Entwicklung*, Sigmaringen, Thorbecke, 1978.

GAIN, André et al. *Géographie de Lorraine*, Société Lorraine des Etudes Locales de l'Enseignement Public, Nancy, 1937.

JUILLARD, Etienne *L'Europe rhénane. Géographie d'un grand espace*, Paris, Armand Colin, 1968.

KAISER, Wolfgang « Régions et frontières : l'espace frontalier de Bâle XVIème/XXème siècle », in Heinz-Gerhardt HAUPT, Michael G. MÜLLER et Stuart J. WOOLF (éd.), *Regional and National Identities in Europe 19th and 20th Centuries – Les identités régionales et nationales en Europe aux XIXème et XXème siècles*, La Haye-Londres-Boston, 1998, pp. 379-410.

LEBEAU, Christine (dir.) *L'espace du Saint-Empire du Moyen Age à l'époque moderne*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 2004.

WEILL, Georges « Les bailliages du Duché de Bar », *Bulletin de la Société Lorraine des Etudes Locales*, sept.-déc. 1966, pp. 1-29.

Histoire politique et diplomatique.

Lorraine et espaces mosellans.

Histoire de Lorraine, Société Lorraine des Etudes Locales de l'Enseignement Public, Nancy, 1939.

ARETIN, Karl Otmar von *Das Reich. Friedensordnung und europäisches Gleichgewicht 1648/1806*, Stuttgart, Klett-Cotta, 1986.

ARETIN, Karl Otmar von *Das Alte Reich 1648/1806*, Stuttgart, Klett-Cotta, 3 volumes, 1993.

AUERBACH, Bertrand *La France et le Saint-Empire Romain Germanique depuis la Paix de Westphalie jusqu'à la Révolution Française*, Paris, 1912.

BARTHELEMY, Joseph « La route de France d'après les procès-verbaux d'abornement de 1661 », *Annuaire de la Société d'Histoire et d'Archéologie Lorraine*, 1965 (1966), pp. 27-47.

BELY, Lucien *Les relations internationales en Europe XVIIème/XVIIIème siècle*, Paris, Presses Universitaires de France, 1992.

BRAUBACH, Max „Eine Wirtschaftsenquête am Rhein im 17. Jh.“, in *Rheinische Vierteljahrblätter*, 13, 1948, pp. 51-86 (Repris dans : *Diplomatie und geistiges Leben im 17. und 18. Jahrhundert. Gesammelte Abhandlungen*, Bonn, 1969).

BRAUDEL, Fernand *L'identité de la France*, Paris, Arthaud-Flammarion, 1986.

CABOURDIN, Guy *Histoire de la Lorraine, Tome 3 : Les Temps Modernes*, Metz, Editions Serpenoise/Presses Universitaires de Nancy, 1991.

ERBE, Michael *Belgien, Niederlande, Luxemburg. Geschichte des niederländischen Raumes*, Stuttgart, Kohlhammer, 1992.

ETIENNE, Jean-Louis *Charles V et les tentatives de recouvrement de ses Etats (1675/1679)*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1968.

FRANCOIS, Etienne « Des républiques marchandes aux capitales politiques : remarques sur la hiérarchie urbaine du Saint-Empire à l'époque moderne », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1978, n° 35, pp. 587-603.

FRANCOIS, Etienne „Städte im deutsch-französischen Grenzraum am Ende des 18. Jahrhunderts. Stadtverfassung, Sozialstruktur, Mentalitäten, zwischenstädtische Beziehungen“, in A. HEIT (dir.), *Zwischen Gallia und Germania, Frankreich und Deutschland. Konstanz und Wandel raumbestimmender Kräfte*, Trèves, Universitätsverlag, 1987, pp. 239-249.

FRIEDMANN, Helmut *Alt-Mannheim im Wandel seiner Physiognomie, Struktur und Funktion 1606/1965*, Bad Godesberg, Forschungen zur deutschen Landeskunde, 168, 1968.

GABER, Stéphane « L'évolution territoriale de l'espace lorrain, 1477/1789 », *Lotharingia*, 3, 1991, pp. 251-296.

GOTHEIN, Eberhard „Mannheim im ersten Jahrhundert seines Bestehens. Ein Beitrag zur deutschen Städtegeschichte“, in *Zeitschrift für Geschichte des Oberrheins*, 4, 1889, pp. 129-211.

LAPERCHE-FOURNEL, Marie-José *L'intendance de Lorraine et Barrois à la fin du XVIIe siècle*, Paris, Editions du CTHS, 2006.

LE MOIGNE, François-Yves « Le Royaume de France et les marches de l'est », *Revue Historique de l'armée*, 1973, pp. 9-18.

LIVET, Georges *L'intendance d'Alsace sous Louis XIV*, Paris, Les Belles Lettres, 1956.

MALETTKE, Klaus *Les relations entre la France et le Saint-Empire au XVIIème siècle*, Paris, Honoré Champion, 2001.

MAURE, Francis-André « La Régence et le Traité de Paris du 21 janvier 1718 », *Annales de l'Est*, 1966 (2), pp. 181-220.

NOËL, Jean-François *Le Saint-Empire*, Presses Universitaires de France, Paris, 1976.

PARISSE, Michel (dir.) *Histoire de la Lorraine*, collection « Univers de la France », Toulouse, Privat, 1978.

PETRI, Franz et BRAUBACH, Max *Rheinische Geschichte, 2, Die Neuzeit*, Düsseldorf, Cornelsen, 1976.

PIQUET-MARCHAL, Marie-Odile *La Chambre de réunion de Metz*, Paris, Presses Universitaires de France, 1969.

SCHRECK, Nicolas (dir.) *La République de Mulhouse et l'Europe des Lumières*, Strasbourg, Publications de la Société savante d'Alsace et des régions de l'Est, « Recherches et documents » n° 51, 1993.

SCOTT, Tom *Regional Identity and Economic Change. The Upper Rhine 1450-1600*, Oxford, University Press, 1997.

SEGONDI, Jean-Pierre *Les relations diplomatiques entre le Royaume de France et de Duché de Lorraine de 1718 à 1721*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1971.

Nancy.

CLEMENDOT, Pierre « Communautés d'arts et métiers libres : leur place dans la population de Nancy en 1789-1790 », *Bulletin d'Histoire Economique et Sociale de la Révolution Française*, 1977, pp. 73-80.

FRAY, Jean-Luc *Atlas historique des villes de France. Nancy*, Maison de l'Archéologie, Université Michel-de-Montaigne – Bordeaux III, Bordeaux, 1997.

LE MOIGNE, François-Yves « La crise frumentaire de 1770-1771 à Metz, Nancy et Strasbourg », *Bulletin de la Société d'Histoire Moderne*, octobre-décembre 1972.

PFISTER, Christian *Histoire de Nancy*, Paris, Berger-Levrault, 1902-1909, 3 tomes.

PFISTER, Christian « La fondation de la ville neuve de Nancy et la distribution des emplacements », *Mémoires de la Société Archéologique de Lorraine*, 1905, pp. 7-144.

PFISTER, Christian « Nancy sous le règne de François III (1729/1736) », *Bulletin de la Société Géographique de l'Est*, 1905, pp. 289-314.

PFISTER, Christian « Les débuts de Stanislas à Nancy. Nancy pendant la Guerre de Succession d'Autriche. », *Mémoires de l'Académie de Stanislas*, 1904-1905, pp. 21-69.

PFISTER, Christian « Les préliminaires de la Révolution à Nancy. L'élection aux Etats Généraux et le cahier de la ville de Nancy », *Mémoires de la Société Archéologique de Lorraine*, 1910, pp. 5-106.

PFISTER, Christian « Le magasin de blé à Nancy et la révolte de 1771 », *Bulletin de la Société Archéologique de Lorraine*, 1906.

TAVENEAUX, René (dir.) *Histoire de Nancy*, Toulouse, Privat, 1987.

Etats, souverainetés et pouvoirs.

BAUMONT, Henri *Etudes sur le règne de Léopold, duc de Lorraine et de Bar (1697/1729)*, Nancy, Berger-Levrault, 1894.

BONVALOT, Edouard (éd.) *Les plus principales et générales coutumes du Duché de Lorraine*, Paris, (auto-édition), 1878.

BONVALOT, Edouard *Histoire du droit et des institutions de la Lorraine et des Trois-Evêchés (843-1789)*, Paris, F. Pichon, 1895.

GABER, Stéphane *L'entourage polonais de Stanislas Leszczyński à Lunéville (1733/1756)*, Thèse d'histoire, Nancy II, 1972.

HARSANY, Zoltan-Etienne *La cour de Léopold*, Nancy, Idoux, 1938.

HIEGEL, Henri *Contribution à l'histoire de la Lorraine. Le bailliage d'Allemagne de 1600 à 1630*, Sarreguemines, M. Pierron, 1961.

KRUGG-BASE, Marcel-Jean *Histoire du Parlement de Lorraine et Barrois*, Paris, Berger-Levrault, 1899.

MAHUET, Antoine de *Biographie de la Chambre des Comptes de Lorraine*, Nancy, Veuve Berger, 1914.

MAHUET, Hubert de *Histoire de la Cour souveraine de Lorraine et de Barrois. 1641-1789.*, Nancy, Société d'Impressions Typographiques, 1959.

MAJERUS, Nicolas *Histoire du droit dans le Grand-Duché de Luxembourg*, Luxembourg, Saint-Paul, 1949, 2 tomes.

MESTRE, Jean-Louis *Introduction historique au droit administratif français*, Paris, Presses Universitaires de France, 1985.

PIERSON, Michel *L'intendant de Lorraine de la mort de Stanislas à la Révolution Française*, Thèse pour le doctorat en Droit, Nancy, 1958.

SADOUL, Charles *Essai historique sur les institutions judiciaires des Duchés de Lorraine et de Bar avant les réformes de Léopold Ier*, Paris, Berger-Levrault, 1898.

B.2 Economies et sociétés des espaces rhénans et mosellans.

Bibliographie générale

Aus Stadt- und Wirtschaftsgeschichte Südwestdeutschlands. Festschrift für Erich Maschke, Stuttgart, Veröffentlichungen der Kommission für Geschichtliche Landeskunde in Baden-Württemberg B, 85, 1975.

AMMANN, Hektor „Die Anfänge der Leinenindustrie des Bodenseegebietes und der Schweiz“, *Zeitung für Schweizerische Geschichte*, 23, 1943, pp. 329-370.

AMMANN, Hektor „Deutschland und die Tuchindustrie Nordwest-Europas“, *Hansische Geschichtsblätter*, 22, 1954, pp. 1-63.

AMMANN, Hektor „Untersuchungen zur Wirtschaftsgeschichte des Oberrheinraums“, *Zeitschrift für die Geschichte des Oberrheins*, 110, 1962, pp. 371-404.

AUGEL, Johannes *Italienische Einwanderung und Wirtschaftstätigkeit in rheinischen Städten des 17. und 18. Jh.*, Bonn, Rohrscheid, 1971.

BENE, Catherine *Lunéville en 1700. Profil social des bourgeois lunévillois*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1975.

BEUTIN, Ludwig „Nordwestdeutschland und die Niederlande seit dem 30-jährigen Krieg“, *Vierteljahrschrift für Sozial-und Wirtschaftsgeschichte*, 32, 1939, pp. 105-147.

BIEBER, Emilie *Culture matérielle et travail agricole dans le canton de Sarrebourg au XVIIIe siècle*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 2003.

BLAICH, Fritz *Die Wirtschaftspolitik des Reichtags im Heiligen Römischen Reich. Ein Beitrag zur Problemgeschichte wirtschaftlichen Gestaltens* (Schriften zum Vergleich von Wirtschaftsordnungen, 16), Stuttgart, Fischer, 1970.

BOG, Ingomar *Der Reichsmerkantilismus. Studien zur Wirtschaftspolitik der Heiligen Römischen Reich im 17. und 18. Jh.*, Stuttgart, Fischer, 1959.

BOYE, Pierre *La Lorraine industrielle sous le règne nominal de Stanislas*, Nancy, Sidot frères, 1900.

BRASME, Pierre *Le Bureau des finances de la Généralité de Metz-Alsace (1664/1698)*, Mémoire de maîtrise, Metz, 1970.

BRINKMANN, Carl „Entwicklung und Gestaltung der rheinischen Wirtschaft“, *Schmollers Jahrbuch*, 66, 1942, pp. 41-68.

CABOURDIN, Guy *Terre et hommes en Lorraine du milieu du XVIème siècle à la guerre de Trente Ans*, Lille, Service de reproduction des thèses, 1975.

CHEVALLIER, Pierre *La monnaie en Lorraine sous le règne de Léopold*, Montpellier, Causse, Graille & Castelneau, 1955.

COLLET, Josef *Das Wirtschaftsleben in der Grafschaft Saarbrücken im Zeitalter des Merkantilismus (1697/1793)*, Dissertation Frankfurt, 1930.

CRAEYBECKX, Jean *Un grand commerce d'importation : les vins de France aux anciens Pays-Bas (XIIIe-XVIe siècles)*, Paris, SEVPEN, 1958.

DEVEZE, Michel « Forêts françaises et forêts allemandes. Etude historique comparée », *Revue Historique*, 1966, 2, pp. 347-380 et 3, pp. 47-70.

DREYFUS, François-Georges *Société et mentalités à Mayence dans la seconde moitié du 18^{ème} siècle*, Paris, Armand Colin, 1968.

EBELING, Dietrich „Die von NELL. Eine rheinische Familie zwischen Ancien Régime und Moderne“, *Kurtrierisches Jahrbuch*, 1991.

EBELING, Dietrich *Der Holländerholzhandel in dem Rheinland. Zu den Handelsbeziehungen zwischen den Niederlanden und dem westlichen Deutschland im 17. Und 18. Jahrhundert*, *Vierteljahrschrift für Sozial-und Wirtschaftsgeschichte*, Beiheft 101, 1992.

FLON, Dominique *Histoire monétaire de la Lorraine et des Trois Evêchés*, Nancy, Société Thierry-Alix/Archives de Meurthe-et-Moselle, 2002.

FORD, Franklin *Strasbourg in Transition 1648/1789*, Cambridge, Harvard University Press, 1958

FRANCOIS, Etienne *Koblenz im 18. Jahrhundert*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1982.

FRANCOIS, Etienne « Villes et frontière : les relations entre les villes françaises et les villes allemandes de l'axe mosellan au XVIIIème siècle », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, 40^{ème} année, n° 4, 1988, pp. 321-332.

GAEDE, Christiane et al., *Bevölkerungsbewegung und soziale Strukturen in Mainz zur Zeit des Pfälzischen Krieges 1680/1700. Eine historisch-demographische Fallstudie*, Wiesbaden, Geschichtliche Landeskunde, 19, 1978.

GEMMERT, Franz-Josef „Die Münzversorgung des Breisgau bis zum Übergang an Baden“, in *Schau-ins-Land. Jahresheft des Breisgau-Geschichtsvereins Schauinsland*, Freiburg, 82, 1964, pp. 73-103.

GOTHEIN, Eberhard *Wirtschaftsgeschichte des Schwarzwaldes un der angrenzenden Landschaften*, Karlsruhe-Strasbourg, Trübner, 1892.

HERTNER, Peter *Stadtwirtschaft zwischen Reich und Frankreich. Wirtschaft und Gesellschaft Strassburgs 1650/1714* (Neue Wirtschaftsgeschichte, hg. von Ingomar Bog, 8), Köln-Wien, Böhlau, 1973.

HOPPSTÄDTER, Kurt „Die Saar als Wasserstrasse“, *Zeitschrift für die Geschichte der Saargegend*, 13, 1963, pp. 9-82.

JACQUET, Alain *La terre, la charrue, les écus. La société dans la plaine thermale des Vosges de 1697 à 1789*, Nancy, PUN, 1998.

JOIGNON, Laurence « Modes de vie paysans à Villey-Saint-Etienne (XVIIe-XVIIIe siècles) », *Etudes toulousaines*, n° 40, 1986, p. 31 à 44.

KAMMERER-SCHWEYER, Odile « Saint-Nicolas-de-Port au XVIème siècle et le commerce de la draperie », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, 28^{ème} année, n° 1, 1976, p. 3 à 38.

KAMMERER-SCHWEYER, Odile *La Lorraine des marchands à Saint-Nicolas-de-Port : du 14e au 16e siècle*, Saint-Nicolas-de-Port, Connaissance et renaissance de la Basilique, 1985.

KERMANN, Joachim *Die Manufakturen im Rheinland 1750-1833*, Rheinisches Archiv 82, Bonn, Rohrscheid, 1972.

KISCH, Herbert *Die hausindustriellen Textilgewerbe am Niederrhein vor der Industriellen Revolution : von der ursprünglichen zur kapitalistischen Akkumulation*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1981.

KREUZBERG, Bernhardt-Josef *Die politischen und wirtschaftlichen Beziehungen des Kurstaates Trier zu Frankreich in der zweiten Hälfte des 18. Jh bis zum Ausbruch der französischen Revolution*, Bonn, 1932.

LACOSTE, Maurice *La crise agricole dans le département de la Meurthe à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution*, Thèse, Paris, 1951.

LAUFER, Wolfgang *Die Sozialstruktur der Stadt Trier in der frühen Neuzeit*, Bonn, Rheinisches Archiv, 86, 1973.

LE MOIGNE, François-Yves « La crise frumentaire de 1770/1771 à Metz, Nancy et Strasbourg », *Bulletin de la Société d'Histoire Moderne*, 15^e série, n° 3, 1972, pp. 3-5.

LEPAGE, Henri « Recherches sur l'industrie en Lorraine », in *Mémoires de la Société des Sciences, Lettres et Arts de Nancy*, 1849-1851.

METZIGER, A. « Les forêts du comté de Bitche au XVIII^e siècle » in *Annuaire de la société d'histoire et d'archéologie de Lorraine*, Metz, 1972, pp. 95-121.

MORINEAU, Michel *Les faux-semblants d'un démarrage économique : agriculture et démographie en France au XVIII^e siècle*, Paris, Armand Colin, « Cahier des Annales » n° 30, 1971.

MÜLLER, Michael *Säkularisation und Grundbesitz. Zur Sozialgeschichte des Saar-Mosel-Raumes 1794/1813*, Boppard-am-Rhein, Harold Boldt, 1980.

PARMENTIER, Louis « La Manufacture royale de Maréville-La Vénerie (1748-1792) », *Mémoires de la Société Archéologique Lorraine*, 1909, pp. 49-100.

PAULMIER-FOUCART, Monique *Aspects de la restauration de l'économie rurale dans trois bailliages lorrains sous le règne de Léopold (Nancy, Lunéville, Vézelize) 1697/1729*, Thèse 3^e cycle, Nancy, 1964.

RIOCOUR, Henri de « Les monnaies lorraines », *Mémoires de la Société Archéologique Lorraine*, Nancy, 1884.

RUWET, Jacques « Mesure de la production agricole sous l'Ancien Régime. La blé en pays mosan », *AESC*, 1964, p. 625 à 642.

SCHÄFER, Rudolf *Förderung von Handel und Wandel in Kurmainz im 18. Jahrhundert*, Diss. Mainz, 1968.

STREIFF, Jean-Paul *Espaces, réseaux et sociétés urbaines de l'Ancien Régime à la Restauration (Bar-le-Duc/Commercy) 1750-1820*, Thèse d'histoire, Nancy II, 2005.

VOLPE, Tony « La civilisation matérielle dans les campagnes lorraines, XVII^e et XVIII^e siècles », in *Annales de l'Est*, 1999, 1, pp. 63-104.

WAHL, Adalbert „Die wirtschaftlichen Beziehungen Elsass-Lothringens zu Frankreich und Deutschland vor der französischen Revolution“, in *Zeitschrift für Geschichte des Oberrheins*, 17, 1902, p. 531 à 538.

Des acteurs spécifiques : les Juifs dans les espaces mosellans

ANCHEL, Robert « La vie économique des Juifs de Metz aux XVIIe et XVIIIe siècles », in *Les Juifs de France*, Paris, J.-B. Janin, 1946, pp. 153-213.

BLUMENKRANZ, Bernhard « Les Juifs en Lorraine », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, 19, 1967, pp. 199-215.

BLUMENKRANZ, Bernhard et BERG, Roger (dir.) *Histoire des Juifs en France*, Toulouse, Privat, 1972.

CAHEN, Georges « Les Juifs dans la région lorraine, des origines à nos jours », *Le Pays Lorrain*, 1972, pp. 55-84.

GODECHOT, Jacques « Les professions des Juifs nancéiens au XVIIIe siècle », *Revue Juive de Lorraine*, 2, 1926.

GODECHOT, Jacques « Les Juifs de Nancy de 1789 à 1795 », *Revue d'Etudes Juives*, 86, 1928, pp. 1-35.

GODECHOT, Jacques « Deux procès de sorcellerie et de sacrilège à Nancy au XVIIIe siècle », *Revue d'Etudes Juives*, 89, 1930, pp. 86-97.

HAVERKAMP, Alfred (éd.) *Zur Geschichte der Juden im Deutschland des späten Mittelalters und der frühen Neuzeit*, Stuttgart, Hiersmann, 1981.

ISRAEL, Jonathan Irvine *European Jewry in the Age of Mercantilism 1550/1750*, Oxford, Clarendon Press, 1985.

JOB, Françoise *Les Juifs de Nancy*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, 1991.

KELLENBENZ, Hermann “Die Juden in der Wirtschaftsgeschichte des rheinischen Raumes”, in *Monumenta Judaica. 2000 Jahre Geschichte und Kultur der Juden am Rhein*, Köln, 1963, pp. 199-241.

MEYER, Pierre-André *La Communauté juive de Metz au XVIIIème siècle*, Nancy/Metz, PU Nancy/Editions Serpenoise, 1993.

SZAJKOWSKI, Zosia *The Economic Status of the Jews in Alsace, Metz and Lorraine (1648/1789)*, New York, 1954.

STERN, Selma *The Court Jew*, Philadelphie, JPS, 1950.

VANSON, Lucien « Imposition sur les Juifs en Lorraine dans l’Ancien Régime », *Revue Juive de Lorraine*, 9, 1933, pp. 197-207 et pp. 229-241.

VANSON, Lucien « Curieuses requêtes de Juifs, tendant à faire partie, au fur et à mesure des places disponibles, des 180 familles juives tolérées en Lorraine dans l'Ancien Régime », *Revue Juive de Lorraine*, 10, 1934 et 11, 1935.

B.3 Positions frontalières dans l'Ancien Régime.

Frontières et espaces frontaliers.

Grenzbildende Faktoren in der Geschichte, Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung, volume 48, Hanovre, 1969.

ANCEL, Jacques *Géographie des frontières*, Paris, Gallimard, 1938.

CONRAD, Hermann *Deutsche Rechtsgeschichte*, Karlsruhe, C. F. Müller, 1962-1966, 2 tomes.

DION, Roger *Les frontières de la France*, Paris, Hachette, 1947.

FALLEX, Maurice *L'Alsace et les Trois-Evêchés du début du XVIIe siècle à 1789*, Paris, Delagrave, 1922

FOUCHER, Michel *L'invention des frontières*, Paris, Fondation pour les études de Défense Nationale, 1986.

FRANCOIS, Michel « La France et les frontières de l'est au XVIème siècle », *Le Pays Lorrain*, 1952, 2, pp. 43-52.

GAYOT, Gérard « Frontières, barrières douanières et métamorphoses des territoires industriels entre Meuse et Elbe (1750-1815) », *Revue du Nord*, 2003, pp. 781-808.

GUICHONNET, Paul et RAFFESTIN, Claude *Géographie des frontières*, Paris, Presses Universitaires de France, 1974.

HANSEN, Reimer (éd.) *Deutschlands Grenzen in der Geschichte*, München, C. H. Beck, 1993.

LE MOIGNE, François-Yves « La monarchie française et les « marches de l'est » », *Revue Historique de l'armée*, 1973.

LENTACKER, Firmin *La frontière franco-belge : étude géographique des effets d'une frontière internationale sur la vie des relations*, Lille, 1974.

MAZAURIC, Claude et ROTHOT, Jean-Paul (dir.) *Frontières et espaces frontaliers du Léman à la Meuse. Recompositions et échanges de 1789 à 1814*, Nancy, PUN, 2007.

NOEL, Jean-François « Les problèmes de frontière entre la France et l'Empire dans la deuxième moitié du XVIIIème siècle », *Revue Historique*, 1966.

NORDMAN, Daniel *Frontières de France : de l'espace au territoire, XVIème/XIXème siècles*, Paris, Gallimard, 1988.

SCHMITT, Alphonse *Le Barrois mouvant au XVIIème siècle. 1624/1698*, Bar-le-Duc, Contant-Laguette, 1929.

VAN VOLXEM, J. „Die Ardennen als Grenzland des Reiches im 18. Jahrhundert“, *Rheinisches Archiv*, 38, Bonn, 1941.

WEBER, Hermann *Frankreich, Kurtrier, der Rhein und das Reich 1623/1635*, Bonn, Rohrscheid, 1969.

ZELLER, Gaston *La réunion de Metz à la France*, Paris, Les Belles Lettres, 1926.

Douanes et octrois.

BOSHER, John Francis *The Single Duty Project. A Study of the movement for the French customs union in the eighteenth century*, London, Athlone Press, 1964.

BOURQUIN, Marie-Hélène et HEPP, Emmanuel *Aspects de la contrebande au XVIIIe siècle*, Paris, PUF, 1969.

BOUTEIL, Jeanne *Le rachat des péages au XVIIIème siècle, d'après les papiers du bureau des péages*, thèse de droit, Paris, Sirey, 1925.

BOY, Jean-Claude *L'Administration des douanes sous l'Ancien Régime*, Editions de l'Association pour l'Histoire de l'Administration des Douanes, Neuilly-sur-Seine, 1976.

CARRIERE, Charles « Fiscalité, péages et grand commerce dans la France du sud-est au XVIIIe siècle », *Bulletin du centre d'histoire économique et sociale de la région lyonnaise*, 1970, 3, pp. 1-21.

CONCHON, Anne *Le péage en France au XVIIIème siècle. Les privilèges à l'épreuve de la réforme*, Comité pour l'histoire économique et financière de la France, Ministère de l'Economie et des Finances, Paris, 2002.

COTELLE « Esquisse historique sur les anciens péages abolis en 1790 », *Congrès Scientifique de France, Dix-huitième section*, tenu à Orléans en septembre 1851, imprimerie A. Jacob, 1852, pp. 71-92.

DELANEY, Louis *Les ponts à péage : histoire, législation, rachat*, Paris, Berger-Levrault, 1888.

DERYCKE, Pierre-Henri *Le péage urbain : histoire, analyse, politiques*, Paris, Economica, 1997.

DORBAN, Michel *Douane, commerce et fraude dans le sud de l'espace belge et grand-ducal au XVIIIe siècle*, Louvain-la-Neuve, 1998.

EYER, Fritz „Die in den Grafschaften Nassau-Saarbrücken und Saarwerden, der Herrschaft Blieskastel und im Kurtrierischen gültigen Zolltarife nach einer Aufstellung von 1718“, *Zeitschrift für die Geschichte der Saargegend*, 22, 1974, pp. 87-94.

GAYOT, Gérard « Les cités de la frontière ardennaise au XVIIIe siècle », *Etudes ardennaises*, n° 51, octobre/décembre 1967, pp. 13-27.

GOTHEIN, Eberhard „Rheinische Zollkongresse und Handelsprojekte am Ende des 17. Jh.“, in *Beiträge zur Geschichte vornehmlich Kölns und der Rheinlande. Zum achtzigsten Geburtstag Gustav von Mevissens dargebracht von dem Archiv der Stadt Köln*, Köln, 1895, pp. 361-400.

JUILLIARD, Etienne « Les péages en Alsace au XVIIIème siècle », *Revue d'Alsace*, 1937, pp. 16-34.

MARZAGALLI, Silvia, *Les boulevards de la fraude, Bordeaux, Hambourg, Livourne*, Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 1999.

MATTHEWS, George T. *The Royal General Farms in Eighteenth Century France*, New York, Columbia University Press, 1958.

PION, Jean-François *La ferme générale des droits et domaines du Roi depuis sa création jusqu'à la fin de l'Ancien Régime*, V. Giard et E. Brière, Paris, 1902.

PÎTRE, Georges *La Ferme Générale en Bourgogne et l'inspection de M. de Caze, 1745/1746*, Dijon, 1908.

PRICKEN, Jozef, *La douane belge au temps de Marie-Thérèse et Joseph II*, Bruxelles, 1965.

PRICKEN, Jozef « Une biographie d'Henri Delplancq, une des principales têtes politiques du gouvernement des Pays-Bas autrichiens », in *Revue belge de philologie et d'histoire*, XLVIII, 1970, 2, pp. 409 -415.

ROUSSET, Auguste *Histoire des impôts indirects depuis leur établissement aux premiers temps de la monarchie jusqu'à leur reconstitution à l'époque impériale*, Paris, A. Rousseau, 1883.

STOLZ, Otto „Zur Entwicklungsgeschichte des Zollwesens innerhalb des alten Deutschen Reiches“, *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 41, 1954, pp. 1-41.

VIDALENC, Jean « Une source d'histoire économique et sociale, les passeports. Problèmes d'utilisation, limites, lacunes », *Bulletin de la Section d'Histoire Moderne et Contemporaine*, BNF, 1971, pp. 187-202.

C) Economie et société de l'Europe du nord-ouest à l'époque moderne.

C.1 Penser l'économie d'Ancien Régime.

ARENSBERG, Conrad et POLANYI, Karl (dir.) *Les systèmes économiques dans l'histoire et dans la théorie*, Paris, Larousse, 1975.

BRUNNER, Otto *Stadt und „Bürgertum“ in der europäischen Geschichte. Neue Wege der Sozialgeschichte. Vorträge und Aufsätze*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1956.

BRUNNER, Otto „Zum Begriff des Bürgertums“, in *Untersuchungen zur gesellschaftlichen Struktur der mittelalterlichen Städte in Europa*, „Vorträge und Forschungen“, 11, Konstanz, 1966.

GRENIER, Jean-Yves *L'économie d'Ancien Régime : un monde de l'échange et de l'incertitude*, Paris, Albin Michel, 1996.

HINTZE, Otto *Féodalité, capitalisme et Etat moderne : essais d'histoire sociale comparée*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1991.

HOOCK, Jochen « Discours commercial et économie politique en France au XVIIIème siècle », *Revue de Synthèse*, IV, 1, 1987, pp. 57-73.

KRIEDTE, Peter *Spätfeudalismus und Handelskapital. Grundlinien der europäischen Wirtschaftsgeschichte vom 16. bis zum Ausgang des 18. Jahrhunderts*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1980.

KULA, Witold *Théorie économique du système féodal. Pour un modèle de l'économie polonaise XVIème/XVIIIème siècle*, Mouton, Paris-La Haye, 1970.

MARX, Karl *Le Capital*, Livre III, 4^{ème} section, Chapitre XX : « Aperçu historique sur le capital marchand », Paris, Editions Sociales, 1974.

PERROT, Jean-Claude *Une histoire intellectuelle de l'économie politique*, Paris, Editions de l'EHESS, 1995.

PERROT, Jean-Claude « Voies nouvelles pour l'histoire économique de la Révolution », in *Voies nouvelles pour l'histoire de la Révolution française*, Colloque Albert Mathiez – Georges Lefebvre, Paris, Bibliothèque Nationale, 1978.

SALAI, Robert et al., *Institutions et conventions. La réflexivité de l'action économique*, Paris, Editions de l'EHESS, 1998.

VILAR, Pierre *La Catalogne dans l'Espagne moderne. Recherches sur les fondements économiques des structures nationales*, Paris, SEVPEN, 1962.

VILAR, Pierre *Une histoire en construction. Approche marxiste et problématiques conjoncturelles*, Paris, Gallimard/Le Seuil, 1982.

VOGLER, Günter “Probleme der Klassenentwicklung in der feudalgeseellschaft. Betrachtungen über die Entwicklung des Bürgertums in Mittel- und Westeuropa vom 11. bis zum 18. Jahrhundert”, *Zeitschrift für Geschichtswissenschaften*, 21, Berlin, 1973, volume 10.

B.2 Histoire économique et sociale : France, Pays-Bas, Allemagne rhénane.

Bibliographie générale.

Atlas de la Révolution française, Paris, Editions de l'EHESS : volume 1, *Routes et communications*, 1988 et volume 10, *Economie*, 1997.

AUBIN, Hermann et ZORN, Wolfgang (dir.) *Handbuch des deutschen Wirtschafts- und Sozialgeschichte*, Stuttgart, Klett, 1971.

BERGERON, Louis « Problèmes économiques de la France napoléonienne », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1970-3, 17, pp. 469-505.

BLAICH, Fritz *Die Epoche des Merkantilismus*, Wiesbaden, Steiner, 1973.

BRAUDEL, Fernand et LABROUSSE, Ernest (dir.) *Histoire économique et sociale de la France*, tomes 1 et 2, Presses Universitaires de France, Paris, 1977.

BRAUDEL, Fernand *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, Armand Colin, Paris, 1979, 3 tomes.

BRAUDEL, Fernand et SPOONER, Frank "Prices in Europe from 1450 to 1750", in RICH, E.E. et WILSON, C.H. (éd.) *The Cambridge Economic History of Europe*, tome 4 : *The Economic of Expanding Europe in the 16th and 17th Centuries*, Cambridge, University Press, 1967, p. 373 à 486.

DE VRIES, Jan *Economy of Europe in an Age of Crisis 1600-1750*, Cambridge, University Press, 1976.

DE VRIES, Jan *European Urbanization 1500-1800*, Methuen, Londres, 1984.

DE VRIES, Jan et WOUDE, Adrianus van der *The First Modern Economy: Success, Failure and Perseverance of the Dutch Economy, 1500-1815*, Cambridge, University Press, 1997.

ELSAS, Moritz J. *Umriss einer Geschichte der Preise und Löhne in Deutschland*, Leyde, Sijthoff, 1936/1949, 3 tomes.

FONTAINE, Laurence *Le Marché : histoire et usage d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, 2013.

HENNING, Friedrich-Wilhelm *Handbuch der Wirtschafts- und Sozialgeschichte Deutschlands*, volume 1 : *Deutsche Wirtschafts- und Sozialgeschichte im Mittelalter und in der frühen Neuzeit*, Paderborn-München-Wien, F. Schöningh, 1991.

LABROUSSE, Ernest *Esquisse du mouvement des prix et des revenus en France au XVIII^{ème} siècle*, Paris, Librairie Dalloz, 1933.

LABROUSSE, Ernest *La crise de l'économie française à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution*, Paris, Presses Universitaires de France, 1944.

LÜTGE, Friedrich *Deutsche Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Ein Überblick*, Berlin, Springer, 1966.

REMOND, André « Trois bilans de l'économie française aux temps des théories physiocratiques », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 1957, pp. 416-456.

Patrick VERLEY, *L'échelle du monde : essai sur l'industrialisation de l'Occident*, Paris, Gallimard, 1997

Croissance démographique, croissance économique

BOG, Ingomar „Wachstumprobleme der oberdeutschen Wirtschaft, 1540-1618“, *Forschungen zur Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 10, 1968, pp. 44-89.

BOIS, Guy “Against the neo-malthusian orthodoxy”, *Past & Present*, 79, 1978, pp. 60-69.

CLARK, Christopher *The Roots of Rural Capitalism: Western Massachusetts 1780-1860*, Ithaca, Cornell University Press, 1990.

FAGE, Anita *Economie et population. Les doctrines françaises avant 1800 (de Budé à Condorcet)*, INED, Paris, Presses Universitaires de France, 1954.

GERVAIS, Pierre « L'impensé du marché. Approches du développement économique aux Etats-Unis (XVIIIe-XIXe siècles) », *Revue de Synthèse*, 5^e série, 2006, 2, pp. 299-328.

HARNISCH, Hartmut „Bevölkerung und Wirtschaft. Über die Zusammenhänge zwischen sozial-ökonomischer und demographischer Entwicklung im Spätfeudalismus“, in *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte*, 1974, tome 4.

MOKYR, Joel “Demand vs. supply in the Industrial revolution”, *Journal of Economic History*, 37-4, 1977, pp. 981-1008.

PERROT, Jean-Claude « Les villes françaises en 1794. », Institut d'Histoire Economique et Sociale (Paris I), *Recherches et travaux. Bulletin n° 9*, octobre 1980, pp. 1-27.

ROYER, Jean-François et LEPETIT, Bernard « Croissance et taille des villes : contribution à l'étude de l'urbanisation de la France au début du XIX^e siècle. », *Annales ESC*, 1980, pp. 987-1010.

SAUVY, Alfred *Economie et population. Les doctrines françaises avant 1800*, « Bibliographie générale commentée », Cahier de l'INED n° 28, Paris, Presses Universitaires de France, 1956.

WEE, Hermann van der „Das Phänomen des Wachstums und der Stagnation im Lichte der Antwerpen und südniederländischen Wirtschaft des 16. Jh.“, *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 54, 1967, pp. 203-249.

C.3 Production, échanges et consommation en économie d'Ancien Régime.

Production manufacturière et commerce

Revue du Nord, tome 61, n° 240, janvier 1979 (numéro spécial sur la proto-industrialisation).

Revue du Nord, tome 63, n° 248, janvier 1981 (numéro spécial sur les industries rurales).

AYMARD, Maurice « Production, commerce et consommation des draps de laine du XIIe au XVIIe siècles », *Revue Historique*, 1971, pp. 5-12.

BARCKHAUSEN, Max „Staatliche Wirtschaftslenkung und freies Unternehmertum im westdeutschen und im nord- und südniederländischen Raum bei der Entstehung der neuzeitlichen Industrie im 18; Jahrhundert“, *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 45, 1958, pp. 168-241.

BELFANTI, Marco “Fashion and innovation: the origins of the Italian hosiery industry in the 16th and 17th Centuries”, *Textile History*, 27, 1996, pp. 132-147.

BERG, Maxine, HUDSON, Pat et SONENSCHER, Michael (éd.) *Manufacture in Town and Country before the Factory*, Cambridge, University Press, 1983.

BERG, Maxine *The Age of Manufactures: Industry, Innovation and Work in Britain 1700-1820.*, Totowa (N.J.), Barnes & Nobles books, 1985.

BERGIER, Jean-François *Naissance et croissance de la Suisse industrielle*, Berne, Francke, 1974.

BODMER, Walter *Die Entwicklung der schweizerischen Textilwirtschaft im Rahmen der übrigen Industrien- und Wirtschaftszweige*, Zürich, Berichtshaus, 1960.

CAILLY, Claude « Structure sociale et consommation dans le monde proto-industriel rural textile : le cas du Perche ornais au XVIIIe siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 45-4, 1998, pp. 746-774.

CHASSAGNE, Serge « L'enquête dite de Champagny sur la situation de l'industrie cotonnière française au début de l'Empire, 1805/1806 », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 14 (3), 1976, pp. 336-370.

DASCHER, Otfried *Das Textilgewerbe in Hessen-Kassel vom 16. bis 19. Jahrhundert*, Marburg, Elwert, 1968.

DAUDIN, Guillaume « Coûts de transaction et croissance : un modèle à partir de la situation de la France du XVIIIe siècle », *Revue Française d'Economie*, XVII, 2002, pp. 3-36.

DAUDIN, Guillaume, *Commerce et prospérité : la France au XVIIIe siècle*, Paris, Presses-Universitaires Paris-Sorbonne, 2004.

DESCIMON, Robert « Structures d'un marché de draperie dans le Languedoc au milieu du XVIe siècle », *Annales ESC*, 30, 6, novembre-décembre 1975, pp. 1414-1446.

DEYON, Pierre « Le mouvement de la production textile à Amiens au XVIII^{ème} siècle », *Revue du Nord*, XLIV, 174, 1962, pp. 201-211.

DEYON, Pierre « La concurrence internationale des manufactures lainières aux XVI^e et XVII^e siècles », *Annales ESC*, 1972, pp. 20-32.

DORNIC, François *L'industrie textile dans le Bas-Maine et ses débouchés internationaux. 1650/1815*, Thèse Lettres, Le Mans, 1955.

ENDREI, Walter *L'évolution des techniques du filage et du tissage du Moyen Âge à la Révolution industrielle*, Paris/La Haye, Mouton, 1968.

FINK, Paul *Geschichte der Basler Bandindustrie 1550/1800*, Bâle, Helbing & Lichtenhahn, 1983.

GAYOT, Gérard *Les draps de Sedan 1646/1870*, Paris, Editions de l'EHESS/Terres Ardennaises, 1998.

GERVAIS, Pierre *Les origines de la Révolution Industrielle aux Etats-Unis. Entre économie marchande et capitalisme industriel 1800/1850*, Paris, Editions de l'EHESS, 2004.

KRIEDTE, Peter „Proto-Industrialisierung und grosses Kapital. Das Seidengewerbe in Krefeld und seinem Umland bis zum Ende des Ancien Régime“, *Archiv für Sozialgeschichte*, 23, 1983, pp. 219-266.

MARKOVITCH, Tihomir J. *Histoire des Industries françaises (t. 1) : Les industries lainières de Colbert à la Révolution*. Genève-Paris, Librairie Droz, 1976.

MARKOVITCH, Tihomir J. « *L'industrie française au XVIII^e siècle : l'industrie lainière à la fin du règne de Louis XIV et sous la Régence*, Cahiers de l'ISEA, II, 1968.

MINARD, Philippe *La fortune du colbertisme. Etat et industrie dans la France des Lumières*, Paris, Fayard, 1998.

PONI, Carlo « Mode et innovation : les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIII^e siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 1998, 45-3, pp. 589-625.

REUTER, Ortulf *Die Manufaktur im fränkischen Raum, eine Untersuchung grossbetrieblicher Anfänge in den Fürstentümern Ansbach und Bayreuth als Beitrag zur Gewerbegeschichte des 18. und beginnenden 19. Jahrhunderts*, Stuttgart, G. Fischer, 1961.

SABEL, Charles F. et ZEITLIN, Jonathan “Historical alternatives to mass production: politics, markets and technology in 19th Century industrialization”, *Past & Present*, 108, 1985, pp. 133-176.

STANZIANI, Alessandro (dir.) *La qualité des produits en France (XVIII^e-XX^e siècles)*, Paris, Belin, 2003.

TEISSEYRE-SALLMANN, Line *L'industrie de la soie en Bas-Languedoc : XVII^e-XVIII^e siècles*, Paris/Genève, Honoré Champion/Droz, 1995.

THIRSK, Joan “The fantastic folly of fashion: the English stocking knitting industry, 1500/1700”, in *The Rural Economy of England: Collected Essays*, London, 1984.

ZORN, Wolfgang *Handels- und Industriegeschichte Bayerisch-Schwabens 1648-1870 : Sozial- und Kulturgeschichte des Schwäbischen Unternehmertums*, Augsburg, Verlag der Schwabischen Forschungsgemeinschaft, 1961.

Marchés et circuits de distribution en économie d’Ancien Régime

Approvisionnement, chalandise et distribution

Etudes rurales, n° 78-80, avril/décembre 1980 : « Foires et marchés ruraux en France ».

ABAD, Reynald *Le grand marché. L’approvisionnement alimentaire de Paris sous l’Ancien Régime*, Paris, Fayard, 2002.

ALLIX, André « Les foires : étude géographique », *La géographie*, 1923, 39, pp. 521-563.

BERGERON, Louis « Pourtalès et compagnie (1753-1801) : apogée et déclin d’un capitalisme », *Annales ESC*, 1970, pp. 498-517.

BLONDE, Bruno et COQUERY, Natacha (éd.) *Retailers and Consumers in Early Modern Europe*, Tours, Presses de l’Université François-Rabelais, 2005.

BRÜBACH, Nils *Die Reichsmessen von Frankfurt-am-Main, Leipzig und Braunschweig (14. – 18. Jh.)*, Stuttgart, 1994 (Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 55).

CAVACIOCCHI, Simonetta (ed.), *Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee. Secoli XIII-XVIII*, Florence, 2001.

COQUERY, Natacha (éd.) *La boutique et la ville*, Tours, Presses de l’Université François-Rabelais, 2000.

DESPLAT, Christian (éd.) *Foires et marchés dans les campagnes de l’Europe médiévale et moderne*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1996.

EPSTEIN, Stephan R. “Regional Fairs, Institutional Innovation and Economic Growth in the Late Medieval Europe”, *Economic History Review*, 1998, 47/3, pp. 459-482.

FONTAINE, Laurence *Histoire du colportage en Europe XVème-XIXème siècles*, Paris, Albin Michel, 1993.

GEERTZ, Clifford “The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing”, *American Economy Review*, May 1978, pp. 28-32.

GUERY, Alain “Echanges et marchés d’Ancien Régime”, *Bulletin du MAUSS*, 1984, n° 9, pp. 117-130.

KOCH, Rainer (dir.) *Brücke zwischen den Völkern. Zur Geschichte der Frankfurter Messe*, volume 1, Francfort, Dezernat für Kultur und Freizeit, 1991.

KÖRNER, Martin „Das System der Jahrmärkte und Messen in der Schweiz 1500-1800“, *Jahrbuch für Regionalgeschichte und Landeskunde*, 19, 1993/1994, pp.13-34.

LEON, Pierre (dir.) *Aires et structures du commerce français au XVIIIème siècle*, Colloque national de l'Association française des historiens économistes, Lyon, 4/6 octobre 1973, Paris, Editions du CNRS, 1975.

LE ROUX, Thomas *Le commerce intérieur de la France à la fin du XVIIIème siècle*, Paris, Nathan, 1996.

MARGAIRAZ, Dominique « La formation du réseau des foires et marchés », *Annales ESC*, n°6, 1986, p. 1215/1242.

MARGAIRAZ, Dominique *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 1988.

MIKESELL, Marvin K. “The Role of Tribal Markets in Morocco”, *Geographical Review*, vol. 48, October 1958, pp. 494-511.

MUI, Hoh-Cheung et MUI, Lorna H. *Shops and Shopkeeping in 18th Century England*, Kingston, Mc Gill University Press et Londres, Routledge, 1989.

PAULY, Michel « Foires luxembourgeoises et lorraines avant 1600 », in JOHANEK, Peter et STOOB, Heinz (dir.) *Europäische Messen und Märktesysteme in Mittelalter und Neuzeit*, Cologne, Böhlau, 1996.

RADEFF, Anne « Grandes et petites foires du Moyen Âge au XXe siècle. Conjoncture générale et cas vaudois », *Nuova Rivista Storica*, 75, 1991, pp. 329-348.

TARAO, Makoto *Rural Small Towns. Market Towns of Sachsen Central Germany at the Beginning of the Modern Age*, Kelo Economic Studies, II, 1964.

WILLAN, Thomas S. *The Inland Trade. Studies in English Internal Trade in the 16th and 17th Centuries*, Manchester, University Press, 1976.

Circulation monétaire, change, paiements.

BOUCHARY, Jean *Le marché des changes à Paris à la fin du XVIIIe siècle, 1778/1800*, Commission de recherche et de publication des documents relatifs à la vie économique de la Révolution, Mémoires et documents, t. 8, Paris, 1937.

BOUCHARY, Jean *Les manières d'argent à Paris à la fin du XVIIIe siècle*, Paris, Marcel Rivière, 1939.

BOYER-XAMBEU, Marie-Thérèse, DELEPLACE, Ghislain et GILLARD, Lucien *Monnaie privée et pouvoir des princes. L'économie des relations monétaires à la Renaissance*, Paris, CNRS/Presses de la FNSP, 1986.

DERMIGNY, Louis « Circuits de l'argent et milieux d'affaires au XVIIIème siècle », *Revue Historique*, t. 53, 1956, pp. 239-278.

DERMIGNY, Louis « Une carte monétaire de la France à la fin de l'Ancien Régime », *Annales ESC*, 1955, pp. 460-493.

DE ROOVER, Raymond *L'évolution de la lettre de change du XIVème au XVIIIème siècle*, Paris, SEVPEN, 1953.

HARSIN, Paul *Crédit public et banque d'Etat en France du XVIe au XVIIIe siècle*, Paris, 1933.

JEANNIN, Pierre *Change, crédit et circulation monétaire à Augsbourg au milieu du XVIe siècle*, « Cahier des Annales », 47, Paris, 2001.

KAUFHOLD, Karl Heinrich et RIEMANN, Friedrich (éd.) *Theorie und Empirie in Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsgeschichte. Festschrift Wilhelm Abel zum 80. Geburtstag*, Göttinger Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 11), Göttingen, Schwartz, 1984.

KAUFHOLD, Karl-Heinrich „Der Übergang zu Fonds- und Wechselbörsen vom ausgehenden 17. Jahrhundert bis zum ausgehenden 18. Jahrhundert“, in POHL, Hans (éd.) *Deutsche Börsengeschichte*, Francfort, Knapp, 1992.

LEVY-BRUHL, Henri « L'endossement des lettres de change aux XVIIème et XVIIIème siècle », *Annales de droit commercial français, étranger et international*, 1930, n° 4.

Mc CUSKER, John J. ; RILEY, James C. “Money Supply, Economic Growth and the Quantity Theory of Money : France 1650/1788”, *Explorations in Economic History*, 1983, p. 185 sqq.

MEUVRET, Jean *Circulation monétaire et utilisation économique de la monnaie dans la France des XVIème et XVIIème siècles*, Paris, 1947.

RITTMAN, Herbert *Deutsche Geldgeschichte 1484-1914*, München, Battenberg, 1975.

SCHNEIDER, Jürgen, SCHWARTZER, O. & DENZEL, Markus A. *Währungen der Welt, III, VI & X*, Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte n° 58, Stuttgart, Steiner, 1994.

SCHNEIDER, Jürgen, SCHWARZER, O., SCHNELZER, P. *Statistik der Gels- und Wechselkurse in Deutschland und im Ostseeraum (18. und 19. Jahrhundert)*, Sankt-Katharinen, 1993.

SIMON, *Der Wechsel als Träger des internationalen Zahlungsverkehrs in den Finanzenzentren Südwestdeutschlands und der Schweiz. Historisch-dogmatische Untersuchung der Entwicklung des Wechsels bis zum Ende des 18. Jahrhunderts unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse in St-Gallen*, Schriften zur Südwestdeutschen Landeskunde, 12, Stuttgart, 1974.

La consommation en économie d'Ancien Régime.

« Consommation », *Histoire et Mesure*, 1995, X, n° 3 et 4.

APPADURAI, Arjun (dir.) *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, University Press, 1986.

ARIES, Philippe et DUBY, Georges (dir.), *Histoire de la vie privée*, tome 3 : *De la Renaissance aux Lumières*, Paris, Seuil, 1999.

AYMARD, Maurice « Autoconsommation et marchés », *Annales ESC*, 6, 1983, pp. 1392-1410.

BAULANT, Micheline « Niveaux de vie paysans autour de Meaux en 1700 et 1750 », *Annales ESC*, 30-2/3, 1975, pp. 505-518.

BAULANT, Micheline « L'appréciation du niveau de vie. Un problème, une solution », *Histoire et Mesure*, 4-3/4, 1989, pp. 267-302.

BEERBÜHL, Margrit S. „Die Konsummöglichkeiten und Konsumbedürfnisse der englischen Unterschichten im 18. Jahrhundert“, *Vierteljahrschrift für Sozial und Wirtschaftsgeschichte*, 82, 1995, pp. 1-28.

BELFANTI, Marco et GIUSBERTI, Fabio « Clothing and social inequality in early modern Europe: introductory remarks », *Continuity and Change*, 15, 2000, pp. 359-65.

BERG, Maxine et CLIFFORD, Helen (eds.), *Consumers and Luxury. Consumer Culture in Europe, 1650/1850*, Manchester, University Press, 1999.

BERG, Maxine “In pursuit of luxury: global history and British consumer goods in the 18th century”, *Past and Present*, 182, 2004, pp. 85-142.

BERGERON, Louis « Approvisionnement et consommation à Paris sous le Premier Empire », *Mémoires Paris et Ile-de-France*, t. XIV, 1963 (1964), pp. 197-232.

BREWER, John, McKENDRICK, Neil et PLUMB, John H. *The Birth of a Consumer Society*, Londres, Europa Press, 1982.

BREWER, John et PORTER, Roy (dir.) *Consumption and the World of Goods in the Seventeenth and Eighteenth Centuries*, Londres et New York, Routledge, 1995.

CAILLY, Claude « Structure sociale et consommation dans le monde proto-industriel rural textile : le cas du Perche Ornais au XVIII^e siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 45, 4, 1998, pp. 746-774.

COQUERY, Natacha *L'hôtel aristocratique : le marché du luxe à Paris au XVIII^e siècle*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1998.

DE VRIES, Jan “The industrial revolution and the industrious revolution”, *Journal of Economic History*, 1994, pp. 249-270.

DE VRIES, Jan *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge, University Press, 2008.

EVERSLEY, David E.C. "The Home Market and Economic Growth in England, 1750/1780", in E.L. JONES et G.E. MINGAY (ed.), *Land, Labour and Population in the Industrial Revolution*, Londres, Eward Arnold, 1967, pp. 206-259.

FRIEDMAN, Milton A *Theory of the Consumption Function*, Princeton, University Press, 1971.

HARTWELL, Ronald M. "The Neglected Variable: The Service Sector", in Id. (ed.), *The Industrial Revolution and Economic Growth*, Londres, Methuen, 1971, pp. 201-225.

HARTWELL, Ronald M. "The Service Revolution: The Growth of Services in Modern Economy", in C.M. CIPOLLA (ed.), *Fontana Economic History of Europe: The Industrial Revolution*, vol. 3, Londres, Collins/Fontana, 1973.

LEMIRE, Beverly "Consumerism in preindustrial and early industrial England: the trade in second-hand clothes", *Journal of British Studies*, XXVII, 1988, pp. 1-24 .

LEMIRE, Beverly *Fashion's Favourite : the Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660-1800*, Oxford, University Press, 1991.

MALANIMA, Paolo « Types de circulation textile d'Ancien Régime : l'exemple toscan (XVIIe et XVIIIe siècles) », in Jacques BOTTIN et Monique PELLEGRIN (éd.), *Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle*, *Revue du Nord*, Hors-série n° 12, 1996, pp. 215-225.

MEDICK, Hans « Une culture de la considération. Les vêtements et leurs couleurs à Laichingen entre 1750 et 1820 », *Annales HSS*, 50, 1995, pp. 753-774.

PALLACH, Ulrich-Christian *Materielle Kultur und Mentalitäten im 18 Jahrhundert. Wirtschaftliche Entwicklung und politisch-sozialer Funktionswandel des Luxus in Frankreich und im Alten Reich am Ende des Ancien Régime*, München, Oldenbourg, 1987.

RUYER, Raymond « Nutrition psychique, ostentation, prestige », *Cahiers de l'Institut de Science Economique Appliquée, Economies et Sociétés*, série V, t. 11, n° 4, avril 1968, p. 729 à 757.

SHAMMAS, Carole *The Pre-industrial Consumer in England and America*, Oxford, Clarendon Press, 1990.

SPUFFORD, Margaret *The Great Reclathing of Rural England: Petty Chapmen and their Wares in the 17th Century*, London, 1984.

THIRSK, Joan *Economic Policy and Projects. The Development of a Consumer Society in Early Modern England*, Oxford, 1978.

WEATHERILL, Lorna *Consumer behaviour and material culture in Britain : 1660-1760*, London/New York, Routledge, 1988.

B.4 Administration et régulation économique.

BOSSENGA, Gail « Capitalism and corporations in 18th century France », in Alain PLESSIS (éd.), *Naissance des libertés économiques*, Institut d'Histoire de l'Industrie, 1993, pp. 13-32.

BOSSENGA, Gail « Protectioning merchants : Guilds and commercial capitalism in 18th century France », *French Historical Studies*, 1988, XV/4, pp. 693-703.

BURCKHARDT, August „Das Direktorium der Kaufmannschaft zu Basel (1682-1798)“, *Basler Stadtbuch. Jahrbuch für Kultur und Geschichte*, 1963, pp. 54-70.

CAVACIOCCHI, Simonetta (dir.), *L'impresa. Industria, Commercio (XIII/XVIII secolo)*, Istituto internazionale di storia economica Francesco Datini, Prato, Atti delle settimane di studi, 22, Firenze, 1991.

COASE, Ronald *L'entreprise, le marché et le droit*, Paris, Editions d'organisation, 2005.

HIRSCH, Jean-Pierre « Les milieux du commerce, l'esprit de système et le pouvoir à la veille de la Révolution. », *Annales ESC*, 1975, 6, pp. 1337-1365.

HIRSCH, Jean-Pierre « Négoce et corporations », in Gérard GAYOT, Jean-Pierre HIRSCH (éd.), *La Révolution Française et le développement du capitalisme*, *Revue du Nord*, Hors-série histoire n° 5, 1989, p. 357 à 365.

HIRSCH, Jean-Pierre *Les deux rêves du commerce. Entreprise et institution dans la région lilloise (1780-1860)*, Paris, Editions de l'EHESS, 1991.

NORTH, Douglas C. *Structure and change in economic history*, New York, W.W.Norton, 1981.

D) Les espaces commerciaux et leurs acteurs en économie d'Ancien Régime.

D.1 Ville et commerce : un tour d'horizon européen.

Espaces germaniques.

EBELING, Dietrich *Bürgertum und Pöbel : Wirtschaft und Gesellschaft Kölns im 18. Jahrhundert*, Cologne/Vienne, Böhlau, 1987.

ENNEN, Edith et REY, Manfred van „Probleme der frühzeitlichen Stadt, vor allem der Haupt- und Residenzstädte“, *Referate und Aussprachen auf der 9. Arbeitstagung des Arbeitskreises für landschaftliche deutsche Städteforschung vom 27-29 März 1972 in Bonn*, „Wesfällische Forschungen“, XXV, 1973.

ENNEN, Edith „Bonn als kurkölnische Haupt- und Residenzstadt und als Bundeshauptstadt“, in *Hauptstädte. Entstehung, Struktur und Funktion*, „Schriftenreihe des Zentralinstituts für fränkische Landeskunde und allgemeine Regionalforschung an der Universität Erlangen-Nürnberg“, Vol. XIX, Nuremberg, 1980.

ENNEN, Edith „Mittleuropäische Städte im 17. und 18. Jahrhundert“, in RAUSCH, W. (éd.) *Die Städte Mitteleuropas im 17. und 18. Jahrhundert*, Linz, Österreichischer Arbeitskreis für Stadtgeschichteforschung, 1981.

GEBAUER, Johann Heinrich *Geschichte des Handels und des Kaufmannstandes in der Stadt Hildesheim* (=Schriften der Wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft zum Studium Niedersachsens, Neue Folge, 30), Bremen-Horn, 1950.

GERTEIS, Klaus *Die deutschen Städte in der frühen Neuzeit. Zur Vorgeschichte der „bürgerlichen Welt“*, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1986.

GRAMULLA, Susanna *Handelsbeziehungen Kölner Kaufleute zwischen 1500 und 1650* (Forschungen zur internationalen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte 4), Köln-Wien, Böhlau, 1972.

HENNING, Friedrich-Wilhelm „Die zunehmende wirtschaftliche und soziale Differenzierung in einer obersächsischen Gewerbe-Exportstadt (Zwickau) bis zum 16. Jahrhundert“, in *Scripta Mercaturae*, 2, 1, Munich, 1968, p. 23 à 56.

JERSCH-WENZEL, Stefi *Juden und „Franzosen“ in der Wirtschaft des Raumes Berlin/Brandenburg*, Berlin, Colloquium, 1978.

PETERS, Lambert *Der Handel Nürnbergs am Anfang des dreissigjährigen Krieges. Strukturkomponenten, Unternehmen und Unternehmer*, „Beihefte“ VSWG, 112, Stuttgart, 1994.

RACHEL, Hugo et WALLICH, Paul *Berliner Grosskaufleute und Kapitalisten, tome 2 : Die Zeit des Merkantilismus 1648/1806*, Berlin, De Gruyter, 1967.

REININGHAUS, Wilfried *Die Stadt Iserlohn und ihre Kaufleute (1700/1815)*, Dortmund, Gesellschaft für Westfälische Geschichte, 1995.

RÖSSLER, Hellmuth *Deutsches Patriziat (1430/1740)*, Limburg/Lahn, C.A. Starke, 1968.

TICHY, Franz et SCHNEIDER, Jürgen (hrsg.) *Stadtstrukturen an alten Handelswegen in Funktionswandel bis zur Gegenwart*, Neustadt am Aisch, Degener, 1984.

Espaces français.

BERGERON, Louis *Banquiers, négociants et manufacturiers parisiens du Directoire à l'Empire*, Paris, 1974.

BOTTIN, Jacques « Réflexions sur un modèle de croissance commerciale : Saint-Malo et ses négociants à l'époque de Louis XIV. », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 42, 1, janvier-mars 1995, pp. 142-150.

DEYON, Pierre *Amiens, capitale provinciale au XVIIème siècle*, Paris/La Haye, Mouton, 1967.

GASCON, Richard *Grand commerce et vie urbaine au XVIème siècle. Lyon et ses marchands*, Paris/La Haye, Mouton, 1971.

GOUBERT, Pierre *Beauvais et le Beauvaisis de 1600 à 1730*, Paris, SEVPEN, 1960.

LESPAGNOL, André *Messieurs de Saint-Malo : une élite négociante au temps de Louis XIV*, Rennes, Presses Universitaires, 1997.

MEYER, Jean *L'armement nantais dans la deuxième moitié du XVIIIème siècle*, Paris, SEVPEN, 1969.

NIERES, Claude *Les villes en Bretagne au XVIIIème siècle. Conditions et formes du développement urbain*, Thèse d'Etat, Paris IV, 1986.

PERROT, Jean-Claude *Genèse d'une ville moderne : Caen au XVIIIème siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1975.

VOVELLE, Michel *Ville et campagne au XVIIIème siècle : Chartres et la Beauce*, Paris, Editions Sociales, 1980.

D.2 Les acteurs et leurs pratiques.

Grand commerce

« Le commerce du pastel, de la laine et des draps. XIVE/XVIe siècles », *Annales du Midi*, t. 113, 2001, 4.

« Acteurs et pratiques du commerce dans l'Europe moderne », *RHMC*, 45/3, 1998.

ANTONETTI, Guy *Une maison de banque à Paris au XVIIIème siècle, Greffulhe Montz et Cie (1789-1793)*, Paris, Editions Cujas, 1963.

BOTTIN, Jacques et PELLEGRIN, Nicole *Echanges et cultures textiles dans l'Europe préindustrielle*, Villeneuve d'Ascq, Revue du Nord, Hors-série histoire n°12, 1996.

BUIST, Marten G., *At Spes Non Fracta: Hope and Co. 1770-1815 Merchant Bankers and Diplomats at Work*, La Haye, Kluwer, 1974.

CARRIERE, Charles, *Négociants marseillais au XVIIIe siècle*, Marseille, 1973

CAVIGNAC, Jean *Jean Pellet, commerçant en gros 1694/1772*, Paris, SEVPEN, 1967.

DOUCET, Roger « Les de Laran, marchands-drapiers à Toulouse au XVIe siècle », *Annales du Midi*, 1942, pp. 43-85.

FOURNEL, Marie-José *Les activités de Claude Gaillot, marchand-magasinier de Saint-Dié de 1742 à 1764*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1970.

GORISSEN, Stefan *Vom Handelshaus zum Unternehmen. Sozialgeschichte der Firma J.C. Harkort 1720-1820*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 2002.

GOUBERT, Pierre *Familles marchandes sous l'Ancien Régime : les Danse et les Motte de Beauvais*, Paris, SEVPEN, 1959.

GRASSBY, Richard, *The business community of seventeenth-century England*, Cambridge, University Press, 1995.

HAINZELIN, Danièle *Les activités commerciales d'Antoine Crampel, marchand de Lunéville 1758-1775*, Mémoire de maîtrise, Nancy II, 1970.

HANCOCK, David *Oceans of Wine : Madeira and the Emergence of American Trade and Taste*, New Haven (Conn.), Yale University Press, 2009.

HANCOCK, David *Citizens of the World : London Merchants and the Integration of British Atlantic Community, 1735-1785*, Cambridge, University Press, 1995.

HENNINGER, Wolfgang *Johann Jakob von Bethmann 1717-1792. Kaufmann, Reeder und kaiserlicher Konsul in Bordeaux*, Bochum, 1993.

HOOCK, Jochen et REININGHAUS, Wilfried (éd.) *Kaufleute in Europa. Handelshäuser und ihre Überlieferung in vor- und frühindustrieller Zeit*, Dortmund, 1997.

HOOCK, Jochen „Theorie und Praxis kaufmännischen Handels zwischen dem 16. und 18. Jh., insbesondere am Beispiel Westfalens“, in *Haushalt und Familie in Mittelalter und früher Neuzeit*, Trude EHLERT (éd.), Sigmaringen, 1991.

JEANNIN, Pierre, *Les marchands au XVIe siècle*, Paris, Seuil, 1957.

JEANNIN, Pierre « La clientèle étrangère de la maison Schröder et Schyler de la Guerre de Sept ans à la Guerre d'Indépendance américaine », *Bulletin du Centre d'histoire des espaces atlantiques*, nouvelle série, n° 3, 1987, p. 21 à 85.

JEANNIN, Pierre, *Marchands du Nord*, Paris, Editions Rue d'Ulm, 1996.

JEANNIN, Pierre, *Marchands d'Europe*, Paris, Editions Rue d'Ulm, 2002.

LUTZ, Bernd „Firma und Familie als gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Funktionsverbund – Geschichte und Entwicklung der Familie und Firma B. Metzler seel. Sohn 1 Co. 1674 bis 1974“, in GROSSER, Alfred et al., *Wirtschaft, Gesellschaft, Geschichte*, Stuttgart, Fischer, 1974, pp. 264-289.

MARGAIRAZ, Dominique et MINARD, Philippe (dir.) *L'information économique XVIe/XIXe siècle*, Paris, CHEFF, 2008.

Mc KENDRICK, Neil “Josiah Wedgwood: An 18th Century Entrepreneur in Salesmanship and Marketing Techniques”, *Economic History Review* (2nd ser.), 12, 3, pp. 408-433.

PEYROT, Jean « Les techniques du commerce des soies au XVIIIème siècle à travers les documents commerciaux et comptables des fabricants de soieries », *Bulletin du Centre d'Histoire Economique et Sociale de la Région Lyonnaise*, n°1, 1973, pp. 29-49.

POUJADE, Patrice *Une société marchande : le commerce et ses acteurs dans les Pyrénées modernes*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 2008.

RICHET, Denis « Une société commerciale Paris-Lyon dans la deuxième moitié du XVIIème siècle », in *De la Réforme à la Révolution. Etudes sur la France moderne*, Paris, 1991, pp. 317-339.

TARRADE, Jean « Le groupe de pression du commerce à la fin de l'Ancien Régime », *Bulletin de la Société d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 13, 1970, pp. 23-27.

TAYLOR, George V. "Some Business Partnerships in Lyon, 1785/1793", *Journal of Economic History*, mars 1960, pp. 46-70.

TERRIER, Didier « Une famille de marchands au début du règne de Louis XIV : les Charpentier de Saint-Quentin », *Revue du Nord*, tome LXVII, n° 265, avril-juin 1985, pp. 391-412.

Commerce de détail

Autobiography of William Stout of Lancaster, 1665/1752., J. D. MARSHALL (ed.), New York, Barnes & Noble, 1967.

BERGER, Ronald M. "The Development of retail trade in provincial England, ca. 1550/1700", *Journal of Economic History*, 40, 1980, pp. 123-128.

BERGER, Ronald M. *The Most Necessary Luxuries : The Mercer's Company of Coventry 1550-1680*, University Park, PA, Pennsylvania State University Press, 1993.

BLONDE, Bruno ; STABEL, Peter ; STOBART, Jon et VAN DAMME, Ilja *Buyers and Sellers. Retail Circuits and Practices in Medieval and Early Modern Europe*, Turnhout, Brepols, 2006.

CARLIN, Marie-Louise, *Un Commerce de détail à Nice sous la Révolution*, Aix-en-Provence, 1965.

COLLINS, Diane "Primitive or not? Fixed shop retailing before the Industrial Revolution", *Journal of Regional and Local Studies*, 13/1, 1993, pp. 4-22.

COQUERY, Natacha *Tenir boutique à Paris au XVIIIe siècle : luxe et demi-luxe*, Paris, Editions du CTHS, 2011.

COX, Nancy *The Complete Tradesman. A Study of Retailing*, Aldershot, Sidney, 2000.

FONTENAY, Michel *Paysans et marchands ruraux de la vallée de l'Essonne dans la deuxième moitié du XVIIème siècle* (Mémoires de la Société de Paris et de l'Ile-de-France, t. X), 1957/1958.

HENNING, Friedrich-Wilhelm „Standorte und Spezialisierung des Handels und des Transportwesens in der Mark Brandenburg um 1800“, *Scripta Mercaturae*, 1, 1971, pp. 1-44.

JURATIC, Sabine et PELLEGRIN, Nicole « Femmes, villes et travail en France dans la deuxième moitié du XVIIIe siècle », *Histoire, Economies et Sociétés*, 13- 3, 1994, pp. 477-500.

LAMARRE, Christine *Petites villes et fait urbain en France au XVIIIe siècle : le cas bourguignon*, Dijon, Editions universitaires, 1993.

MUI, Hoh-Cheung et Lorna H. “Andrew Melrose, Tea Dealer and Grocer of Edinburgh, 1812/1833”, *Business History*, 9, 1, pp. 30-48.

NOBLES, Gregory H. “The rise of merchants in rural market towns: a case study of 18th Century Northampton, Massachusetts”, *Journal of Social History*, XXIV, 1990, pp. 5-23.

OGILVIE, Sheilagh “Consumption, Social Capital, and the “Industrious Revolution” in Early Modern Germany”, *Journal of Economic History*, 70-2, 2010, pp. 287-325.

RUSINSKI, Wladyslaw „O rynku wewnętrznym w Polsce drugiej połowy XVIII w.” (« Le marché intérieur en Pologne dans la seconde moitié du XVIIIe siècle »), *Roczniki Dziejów Społecznych i Gospodarczych*, XVI, 1954, pp. 113-147.

SARGENTSON, Carolyn *Merchants and Luxury Markets : The Marchands-merciers of 18th Century Paris*, Victorian and Albert Museum, Collection “V & A Museum Studies in the History of Art and Design”, Londres, 1996.

SMITH, Colin “The wholesale and retail markets of London 1660/1840”, *Economic History Review*, 55, 2002, pp. 31-50.

STOBART, Jon et HANN, Andrew ‘Retailing revolution in the 18th Century: evidence from north-west England’, *Business History*, 2004, 46, pp. 171-194.

VAN DEN HEUVEL, Danielle et OGILVIE, Sheilagh Retail Development in the Consumer Revolution: The Netherlands, c. 1670-c. 1815”, *Explorations in Economic History*, 50, 2013, pp. 69-87.

WILLAN, Thomas S. *An Eighteenth Century Shopkeeper: Abraham Dent of Kirkby Stephen*, Manchester, University Press, 1970.

Commerce ambulant

FONTAINE, Laurence *Histoire du colportage en Europe XVe-XIXe siècle*, Paris, Albin Michel, 1993.

FONTAINE, Laurence (éd.), *Alternative Exchanges: Second-hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present*, Oxford, Longham, 2008.

GUICHONNET, Paul « L'émigration alpine vers les pays de langue allemande », *Revue de géographie alpine*, 1948, p. 553 à 576.

LEMIRE, Beverly "Peddling fashion: salesman, pawnbrokers, tailors, thieves and the second-hand clothes trades in England, c. 1700-1800", *Textile History*, XXII, 1, 1991, pp. 67-82.

MAISTRE, Chantal et Gilbert ; HEITZ, Georg *Colporteurs et marchands savoyards dans l'Europe des XVIIe et XVIIIe siècles*, Mémoires et documents publiés par l'Académie salésienne, 98, Annecy, 1993.

MAISTRE, Chantal et Gilbert *L'émigration marchande savoyarde aux XVIIe et XVIIIe siècles : l'exemple de Nancy-sur-Cluses*, Annecy, Mémoires et Documents publiés par l'Académie salésienne, 94, 1986.

POITRINEAU, Abel « Petits marchands colporteurs de la haute Planèze d'Auvergne à la fin de l'Ancien Régime », *Annales du Midi*, 88, 1976, p. 423 à 436.

REININGHAUS, Wilfried (dir.), *Wanderhandel in Europa. Beiträge zur wissenschaftlichen Tagung in Ibbenbüren, Mettingen, Recke und Hopsten vom 9.-11. Oktober 1992*, Dortmund, 1993.

Comptabilités marchandes

ABRAHAM, Claude ; THOMAS, André *Microéconomie. Décisions optimales dans l'entreprise et dans la nation*, Paris, Dunod, 1966.

ARNOLD, A. J., McCartney, S., "« It may be earlier than you think » : Evidence, myths and informed debate in accounting history", *Critical Perspectives on Accounting* 2003, 14.

ETNER, François *Histoire du calcul économique en France*, Paris, Economica, 1987.

HOPWOOD, Anthony G. et MILLER, Peter *Accounting as Social and Institutional Practice*, Cambridge, UP, 1994.

LACOMBE-SABOLY, Michèle, "Hospital Accounts and Accounting Systems", *Accounting, Business and Financial History* 1997, 7.

LACOMBE-SABOLY, Michèle, "The accounting practices of a XVIth century pastel merchant from the French region of Toulouse", *Accounting, Business and Financial History* 2000, 10.

LEMARCHAND, Yannick *Du dépérissement à l'amortissement : enquête sur l'histoire d'un concept et sa traduction comptable*, Nantes, Ouest éditions, 1993.

LEMARCHAND, Yannick, "Double Entry versus Charge and Discharge Accounting in XVIIIth century France", *Accounting, Business and Financial History* 1994, 4.

MATHIAS, Peter, "Business history and accounting history", *Accounting, Business & Financial History* 1993, 3.

PARKER, Robert H., YAMEY, Basil S. (ed.), *Accounting history: Some British contributions*, Oxford, 1994.

TOMS, Steven, "Financial control, managerial control and accountability", *Accounting, Organizations and Society* 2005, 30.

TYSON, Thomas N., "Mercantilism, Managerial accounting or Managerialism?", *Accounting, Business and Financial History* 1998, 8.

YAMEY, Basil S., "Scientific bookkeeping and the rise of capitalism", *Economic History Review* 1949, 1.

YAMEY, Basil S., et al.. *Accounting in England and Scotland, 1543-1800 : double entry in exposition and practice*, 1963.

YAMEY, Basil S. "The « particular gain or loss upon each article we deal in »", *Accounting, Business & Financial History* 2000, 10.

Relations de crédit

FONTAINE, Laurence ; POSTEL-VINAY, Gilles ; ROSENTHAL, Jean-Laurent (et alii) *Des personnes aux institutions : réseaux et culture du crédit du XVIème au XXème siècle en Europe*, Louvain-la-Neuve, Academia Bruylant, 1997.

GERMAIN-MARTIN, Henri et BEZANCON, Marcel *L'histoire du crédit en France sous le règne de Louis XIV*, Paris, Larose et Tenin, 1913.

HOPPIT, Julian « The use and abuse of credit in eighteenth century England », in Neil McKENDRICK et R. B. OUTHWAITE (éd.), *Business Life and Public Policy. Essays in Honour of D. C COLEMAN*, Cambridge, 1986.

Les cadres juridiques du commerce.

DUPOUY, Claude *Le droit des faillites en France avant le Code du Commerce*, Paris, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1960.

FICKER, Julius *Untersuchungen zur Erbenfolge der ostergermanischen Rechte*, Innsbrück, Wagner, 1891-1904 (4 vol. et 2 demi-volumes).

GARNIER, Pierre *Les gains de survie de la veuve en Lorraine*, Thèse de droit, Nancy, 1903.

JOIGNON, Laurence *Coutumes, successions et alliances en Lorraine de 1660 à 1900*, Thèse de doctorat, Paris, 1989.

LEVY-BRÜHL, Henri « Un document inédit sur la préparation de l'Ordonnance sur le commerce de 1673 », *Revue Historique du Droit Français et Étranger*, 1931, p. 648 à 681.

LEVY-BRÜHL, Henri *Un projet de Code de commerce à la veille de la Révolution, le projet Miromesnil (1778/1789)*, Commission de recherche et de publication des documents relatifs à la vie économique de la Révolution. Mémoires et documents, t. IV, Paris, 1932.

LEVY-BRUHL, Henri *Histoire juridique des sociétés de commerce en France aux XVIIème et XVIIIème siècles*, Paris, Domat-Montchrestien, 1938.

PURNOT, Paul *La tutelle, la garde-noble et bourgeoise*, Nancy, Imprimeries Réunies, 1907.

SCHUBERT, Louis *Le droit des gens mariés dans la coutume de Lorraine*, Paris, Larose, 1901.

VANDEBOSSCHE, A. *Contribution à l'histoire des sources du droit commercial : un commentaire de l'ordonnance de mars 1673*, Paris, 1976.

Formations négociantes

ANGIOLINI, Franco et ROCHE, Daniel (éd.) *Cultures et formations marchandes dans l'Europe moderne*, Paris, Editions de l'EHESS, 1995.

HAUSER, Henri « Le parfait négociant de Jacques Savary », *Revue d'Histoire Economique et Sociale*, 1925, pp. 1-28.

HOOCK, Jochen « Pratiques marchandes et catégories de l'échange. A propos des formes de représentation de l'économie commerciale en France aux XVIIème et XVIIIème siècles », in *Categorie del reale e storiografia. Aspetti di continuità e trasformazione nell'Europa moderna*, F. FAGIANI et G. VALERA (éd.), Milan, 1986, pp. 263-288.

ROCHE, Daniel « Négoce et culture dans la France du XVIIIème siècle », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 25, 1978, p. 375 à 395.

MEUVRET, Jean « Manuels et traités à l'usage des négociants aux premières époques de l'âge moderne », *Etudes d'histoire moderne et contemporaine*, 5, 1953, pp. 5-69.

D.3 Structures et organisation de l'espace.

Voies de communication et modes de transport

Chemins et routes

L'Homme et la route en Europe occidentale au Moyen Age et aux Temps modernes, 2èmes journées internationales d'histoire, 20/22 septembre 1980, Centre culturel de l'abbaye de Flaran, Auch, Comité Départemental du tourisme du Gers, Flaran 2, 1982.

Transports et voies de communication, Colloque de Dijon 14/15 mars 1975, Association Interuniversitaire de l'Est, Dijon, 1977.

Les Transports de 1610 à nos jours, Actes du 104^{ème} congrès national des sociétés savantes, Bordeaux, 1979, Histoire moderne et contemporaine, Paris, Comité des Travaux Historiques et Scientifiques, 1980, tome 1.

ARBELLOT, Guy « Les premières cartes routières de la France (XVII/XIXèmes siècles) », *Revue de la Bibliothèque Nationale*, n°40, été 1991, pp. 36-43.

BEHRINGER, Wolfgang *Im Zeichen des Merkur. Reichspost und Kommunikationsrevolution in der Frühen Neuzeit*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2003.

BLANCHARD, Marcel « L'enquête de 1811 sur le roulage », *Revue de Géographie Alpine*, 1920, pp. 585-626.

BUCHER, Georges-René, « Le commerce du port de Chalon au XVIIIe siècle », *Annales de Bourgogne*, LI, 1979, pp. 158-185.

CARON, Pierre « Une enquête sur l'état des routes, rivières et canaux au début de l'an II », *Bulletin d'Histoire Economique et Sociale de la Révolution française*, 1917/1919, pp. 1-362.

COCULA-VAILLIERES, Anne-Marie *Les gens de la rivière de Dordogne (1750/1850)*, Lille, Atelier de Reproduction des Thèses, 1979, 2 volumes.

DAUMAS, Maurice *Le cheval de César ou le mythe des révolutions techniques*, Paris, Editions des Archives Contemporaines, 1991.

HENNING, Friedrich Wilhelm „Standorte und Spezialisierung des Handels und des Transportwesens in der Mark Brandenburg um 1800“, in Id. (éd.), *Studien zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte Mittel- und Ostdeutschlands*, Dortmund, Forschungsstelle Ostmitteleuropa, 1985.

IMBERDIS, Franck *Le réseau routier de l'Auvergne au XVIIIème siècle*, Paris, PUF, 1967.

LEPETIT, Bernard *Chemins de terre et voies d'eau : réseaux de transports et organisation de l'espace en France (1740/1840)*, Paris, Editions de l'EHESS, 1984.

LEPETIT, Bernard ; ARBELLOT, Guy et BERTRAND, Jacques *Atlas de la Révolution française. Routes et communications*, Paris, Editions de l'EHESS, 1989.

LETACONNOUX, Joseph « Les voies de communication en France au XVIIIème siècle », *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, VII, 1909, pp. 94-151.

LUCAS, Félix *Etude historique et statistique sur les voies de communication de la France*, Paris, Imprimerie Nationale, 1873.

POUSSOU, Jean-Pierre « Sur le rôle des transports terrestres dans l'économie du Sud-ouest au XVIIIe siècle », *Annales du Midi*, 1978, pp. 389-412.

QUINET, Emile (dir.) *Transports et théorie économique*, Actes du séminaire d'économie des transports de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées, Paris, Presses de l'ENPC, 1988.

RAUERS, F. „Zur Geschichte der alten Handelsstrassen in Deutschland. Versuch einer quellenmässigen Übersichtskarte“, *Dr. A. Petermanns Mitteilungen aus Justus Perthes*, Geographischer Anstalt, 52, 1906 (tableau 6 en annexe).

REMOND, André *Etudes sur la circulation marchande en France aux XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles. Le prix des transports marchands de la Révolution au 1^{er} Empire*, Paris, Marcel Rivière et Cie, 1956.

RIGAULT, Jean « La navigation de la Meuse au XVI^{ème} siècle vue du péage de Château-Régault », *Actes du 95^{ème} congrès national des sociétés savantes, Reims, 1970, section philologie et histoire, tome 2, Champagne et pays de la Meuse*, Paris, CTHS, 1975, pp 133 à 142

ROUBERT, Jacqueline « Essai sur les transporteurs de marchandises en relation avec le commerce lyonnais au XVIII^{ème} siècle », *Actes du 92^{ème} congrès des sociétés savantes, Histoire moderne*, tome II, 1970, pp. 99-177.

SARDELLA, Pierre *Nouvelles et spéculations à Venise au début du XVI^e siècle*, « Cahiers des Annales », 1, Paris, Armand Colin, 1948.

STEIN, Walther *Handels- und Verkehrsgeschichte der deutschen Kaiserzeit*, Berlin, 1922 (réimpression, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1967.

WORONOFF, Denis (dir.) *La circulation des marchandises dans la France d'Ancien Régime*, Comité pour l'Histoire Economique et Financière de la France, série « Animation de la recherche », Ministère de l'Economie et des Finances, Paris, 1998.

Politique des transports.

ARBELLOT, Guy « La grande mutation des routes de France au milieu du XVIII^{ème} siècle », *Annales ESC*, 1973, 28-3, pp. 765-791.

BOYE, Pierre *Postes, messageries et voitures publiques en Lorraine au XVIII^{ème} siècle*, Paris, Berger-Levrault, 1907.

GOGER, Jean-Marcel *La politique routière en France de 1716 à 1815*, Thèse de doctorat, EHESS, 1988, 5 volumes.

THEWES, Guy *Route et administration provinciale au siècle des Lumières : l'exemple des Etats du Duché de Luxembourg (1748/1795)*, Luxembourg, Institut Grand-Ducal, 1994.

Economie spatiale.

Bibliographie générale.

ALLIES, Paul *L'Invention du territoire*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1980.

AYDALOT, Philippe *Dynamique spatiale et développement inégal*, Paris, Economica, 1976.

BAILLY, Antoine S. *L'organisation urbaine. Théorie et modèles*, Paris, Centre de recherche d'urbanisme, 1975.

BERRY, Brian J. & GARRISON, W.L. "The functional bases of the central place hierarchy", *Economic Geography*, 34, 1958, pp. 145-154.

BERRY, Brian J. "Interdependency of spatial structure and spatial behavior: a general field theory formulation", *Papers of the Regional Science Association*, 21, 1966, pp. 205-227.

BOUDEVILLE, Jacques-R. *Les espaces économiques*, Paris, PUF, 1961

CHRISTALLER, Walter *Die zentrale Orte in Süddeutschland*, Berlin, G. Fischer, 1933

CLAVAL, Paul *Régions, nations, grands espaces*, Paris, Editions M.-Th. Genin, 1968.

CLAVAL, Paul *Eléments de géographie économique*, Paris, Librairies techniques, 1970.

DOCKES, Pierre *L'espace dans la pensée économique du XVIème siècle au XVIIIème siècle*, Paris, Flammarion, 1969.

DOCKES, Pierre "Birth of the trading space (17th and 18th centuries)", *Journal of the History of Economical Thought*, 1990, 12-2, pp. 124-145.

HAGGETT, Peter et CHORLEY, Richard *Models in geography*, Londres, Barnes & Noble, 1967.

HAGGETT, Peter *L'analyse spatiale en géographie humaine*, Paris, Armand Colin, 1973.

LEFEBVRE, Henri *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, 1975.

LÖSCH, August *The Economics of Location*, New Haven, Yale University Press, 1954 (2^{ème} édition).

PAELINCK, Jean et SALLEZ, Alain (éd.) *Espace et localisation. La redécouverte de l'espace dans la pensée scientifique de langue française*, Paris, Economica, 1983.

PERROUX, François « Les espaces économiques », *Cahiers de l'Institut de Science Economique Appliquée*, série K.A., n°1, Paris, 1968.

PONSARD, Claude *Histoire des théories économiques spatiales*, Paris, Armand Colin, 1958.

PONSARD, Claude *Economie et espace. Essai d'intégration du facteur spatial dans l'analyse économique*, Paris, SEDES, 1955.

PUMAIN, Denise et SAINT-JULIEN, Thérèse *L'analyse spatiale. Localisations dans l'espace*, Paris, Armand Colin, collection « Cursus », 2005.

Géographie commerciale

AVRIL, Paul *Théorie sommaire de la distribution des biens de consommation*, Paris, Gauthier-Villars, 1964.

BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline et DELOBEZ, Annie *La géographie du commerce*, Paris, Masson, 1977.

BENSON, John *The Evolution of Retail Systems*, Leicester/New York, Leicester University Press, 1992.

BERRY, Brian J. *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Armand Colin, 1971.

CLAVAL, Paul *Géographie générale des marchés*, Paris, Les Belles Lettres, 1962.

EVERITT, Alan « The marketing of agricultural produce », in *The Agrarian History of England and Wales*, sous la rédaction de R. Finberg, t. 4, Cambridge, University Press, 1967.

QUIN, Claude *Physionomie et perspectives d'évolution de l'appareil commercial français*, Paris, Gauthier-Villars, 1964.

SAINDON, Jacques « Le commerce intérieur », *Revue d'économie politique*, 1965, pp. 846-881.

SIDDALL, William R. "Wholesale. Retail trade ratios as indices of urban centrality", *Economic Geography*, 37, 1961, pp. 124-132.

SKINNER, G. William "Marketing and social structure in rural China", *Journal of Asian Studies*, XXIV, 1965, pp. 3-43, 195-228 et 363-399.

TRACOL, Pierre-Claude *Les canaux de distribution. Le commerce indépendant isolé*, Paris, Dunod, 1972.

Les espaces économiques européens aux XVIIe et XVIIIe siècles

« Les territoires de l'économie », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, numéro spécial, avril/septembre 2001.

BARKHAUSEN, Max *Aus Territorial- und Wirtschaftsgeschichte. Ausgewählte Aufsätze*, Krefeld, 1963.

BERG, Maxine et HUDSON, Pat "Rehabilitating the Industrial Revolution", *Economic History Review*, XLV-1, 1992, pp. 24-50.

BERGERON, Louis (dir.), *La croissance régionale dans l'Europe méditerranéenne 18^e-20^e siècles*, Paris, EHESS, 1992.

CHEVET, Jean-Michel et SAINT-AMOUR, Pascal « L'intégration des marchés du blé en France aux XVIIIe et XIXe siècles », *Cahiers d'économie et de sociologie rurale*, 22, 1992, pp. 152-173.

DONTENWILL, Serge « Rapports ville-campagne et espace économique régional : Charlieu et son plat-pays au XVIIIe siècle », *Bulletin du centre d'histoire économique et sociale de la région lyonnaise*, 1977, p. 145 sqq.

EJRNAES, Mette & PERSSON, Karl Gunnar "Market Integration and Transport Costs in France 1825-1903: A Threshold Error Correction Approach to the Law of One Price." *Explorations in Economic History*, 37-2, 2000, pp. 149-73.

JAHN, Joachim et HARTUNG, Wolfgang *Gewerbe und Handel vor der Industrialisierung : Regionale und überregionale Verflechtungen im 17. und 18. Jahrhundert*, Sigmaringendorf, 1991.

LABROUSSE, Ernest *Le prix du froment en France au temps de la monnaie stable (1726/1913)*, Paris, 1970.

LAURENT, Robert « Les variations départementales du prix du froment en France (1801/1870) », *Histoire, économies, sociétés. Journées d'études en l'honneur de Pierre Léon*, Lyon, 1979, pp. 115-180.

LEPETIT, Bernard « Sur les dénivellations de l'espace économique en France dans les années 1830 », *Annales ESC*, 1986, pp. 1243-1272.

MAŁECKI, Jan *Studia nad rynkiem regionalnym Krakowa w XVI wieku*, Instytut Historii PAN, PWN, Varsovie, 1963.

MARGAIRAZ, Dominique « Dénivellation des prix et inégalités de développement régional dans la France de 1790. Essai de cartographie », *Annales Historiques de la Révolution Française*, avril-juin 1981, pp. 262-278.

MARGAIRAZ, Dominique *Les dénivellations du prix du froment en France 1756/1870*, thèse Paris-I, 1982.

MEUVRET, Jean « La géographie des prix des céréales et les anciennes économies européennes : prix méditerranéens, prix continentaux, prix atlantiques à la fin du XVIIIe siècle », *Etudes d'histoire économique*, Paris, 1971.

PRAK, Maarten "La regioni nella prima età moderna" dans *Proposte e ricerca. Economia e società nella storia d'Italia centrale*, 35, 1995, p. 12 à 14

RADEFF, Anne *Du café dans le chaudron : économie globale d'Ancien Régime; Suisse Occidentale, Franche-Comté et Savoie*, Lausanne, Société d'Histoire de la Suisse Romande, 1996.

RADEFF, Anne « Découpages régionaux et changements d'échelles : foires de France, d'Angleterre et de Suisse au XVIIIème siècle. », *Histoire régionale et méthodes informatiques. Actes du symposium histoire et informatique de Bâle (29 octobre 1993)*, Bâle, 1996.

L'espace commercial lorrain.

Le commerce lorrain et ses territoires aux XVIIème et XVIIIème siècles.

AMMANN, Hektor „Neue Beiträge zur Geschichte der Zurzacher Messen“, *Taschenbuch der historischen Gesellschaft des Kantons Aargau*, Aarau, 1929, pp. 1-208.

AMMANN, Hektor „Nachträge zur Geschichte der Zurzacher Messen“, *Aargovie*, 48, 1936, p. 101 sqq.

BODMER, Walter „Die Zurzacher Messen von 1530 bis 1856“, in *Argovia. Jahresschrift der Historischen Gesellschaft des Kantons Aargau*, 74, 1962, pp. 3-130.

BOYE, Pierre *La Lorraine commerçante sous le règne nominal de Stanislas. 1737-1766*, Nancy, Sidot frères, 1899.

COORNAERT, Emile « Le commerce de la Lorraine vu d'Anvers à la fin du XV^{ème} siècle et au XVI^{ème} siècle », *Annales de l'Est*, 5^{ème} série, 1, 1950, pp. 105-130.

DEVEZE, Michel « Le commerce du sucre à la fin du XVIII^{ème} siècle », *Actes du 93^{ème} congrès national des sociétés savantes, histoire moderne*, tome III, 1971, pp. 35-48.

DIETZ, Alexander „Lothringen und Frankfurt am Main“, *Elsass-Lothringisches Jahrbuch*, 3, 1924, pp. 10-32.

DORBAN, Michel « Un aspect du commerce luxembourgeois au XVIII^{ème} siècle : le monopole du sel lorrain », *Annales de l'Est*, 1975, pp. 143-155.

EITEL, Peter „Der Konstanzer Handel und Gütertransit im 16. und 17. Jh. Ein Beitrag zur Wirtschaftsgeschichte des Bodenseeraumes“, in *Schweizerische Zeitschrift für Geschichte*, 20, 1970, pp. 501-561.

KELLENBENZ, Hermann „Der deutsche Aussenhandel gegen Ausgang des 18. Jhs.“, in *Die wirtschaftliche Situation in Deutschland und Österreich vom 18. Jh. Zu 19 Jh.*, Forschungen zur Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, 6, Stuttgart, 1964 (F. Lütge, éd.).

LIVET, Georges « Espace rhénan et espace rhodanien. Les marchands français à la foire de Francfort-sur-le-Main, une enquête de l'abbé de Gravel en 1670 », in *Histoire, Economies et sociétés. Journées d'études en l'honneur de Pierre Léon (6 et 7 mai 1977)*, Presses Universitaires de Lyon, 1978, pp. 1-16.

THUILLIER, Guy « Tournées d'un intendant du commerce dans le nord-est en 1762/63 », in *Actes du 89^{ème} congrès des sociétés savantes*, tome II, volume 2, 1965, pp. 861-891.

Francfort et ses foires.

BEYER, Peter „Leipzig und Frankfurt am Main. Leipzigs Aufstieg zur ersten deutschen Messestadt“, in *Jahrbuch für Regionalgeschichte* 2, 1967, pp. 62-86.

BOTHE, Friedrich *Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Reichsstadt Frankfurt*, Leipzig, Duncker und Humblot, 1906.

BOTHE, Friedrich *Geschichte der Stadt Frankfurt am Main*, Francfort, Englert und Schlosser, 1929.

BRUBACH, Nils *Die Reichsmessen von Frankfurt am Main, Leipzig und Braunschweig (14.-18. Jahrhundert)*, Stuttgart, Steiner, 1994.

DIEHL, Robert *Frankfurt am Main im Spiegel alter Reisebeschreibungen vom 15. Jh bis 19 Jh.*, Francfort, Diesterweg, 1939.

DIETZ, Alexander *Frankfurter Handelsgeschichte*, Francfort, Auvermann, 1970/1972, 4 tomes. (Première édition 1910-1925)

Frankfurter Historische Kommission, *Frankfurt am Main. Die Geschichte der Stadt in neuen Beiträgen*, Sigmaringen, Jan Thorbecke Verlag, 1991.

HAYER, Ursula *Am Strassenkreuz Europas. Die Frankfurter Messe in alter Zeit*, Francfort, Bröner, 1957.

KOCH, Rainer *Grundlagen bürgerlicher Herrschaft. Verfassungs- und sozialgeschichtliche Studien zur bürgerlichen Gesellschaft in Frankfurt am Main 1612-1866*, Frankfurter Historische Abhandlungen 27, Wiesbaden, Steiner, 1983.

LERNER, Franz *Das tätige Frankfurt im Wirtschaftsleben dreier Jahrhunderte 1648/1955*, Francfort, Ammelburg, 1955.

MAUERSBERG, Hans *Wirtschafts- und Sozialgeschichte zentraleuropäischer Städte in neuerer Zeit, dargestellt an den Beispielen von Basel, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover und München*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1960.

SOLIDAY, Gerald Lyman *A Community in Conflict, Frankfurter Society in the 17th and Early 18th Centuries*, Hanover (New Hampshire), University Press of New England, 1974.

Hiérarchies urbaines et organisations des territoires.

Réseaux urbains et structures des territoires

BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline *Géographie urbaine*, Paris, Armand Colin, 1980.

BERRY, Brian J. "City Size Distribution and Economic Development", *Economic Development and Cultural Change*, vol. IX, n° 4, part I, juillet 1961, p. 573 à 587.

BOYER, Jean-Claude *L'évolution de l'organisation urbaine aux Pays-Bas*, Lille, Atelier de reproduction des thèses, 1978.

BRETAGNOLLE, Anne *Le système de ville dans l'espace-temps : effet de l'accroissement des vitesses de déplacement sur la taille et l'espacement des villes*, Thèse de Géographie, Paris I, 1999.

CAMAGNI, Roberto *Principes et modèles de l'économie urbaine*, Paris, Economica, 1992.

CLAVAL, Paul « La théorie des villes », *Revue géographique de l'Est*, t. VIII, 1968, pp. 3-56.

CLAVAL, Paul *La logique des villes*, Paris, Litec, 1981.

DUGRAND, Raymond *Villes et campagnes du Bas-Languedoc. Le réseau urbain du Bas-Languedoc méditerranéen*, Paris, Presses Universitaires de France, 1963.

JUILLIARD, Etienne « L'armature urbaine de la France pré-industrielle », *Bulletin de la Faculté des Lettres de Strasbourg*, mars 1970, pp. 299-307.

LEPETIT, Bernard « Structures urbaines dans la France du Nord à la fin de l'Ancien Régime : l'originalité d'un modèle. », *Livre et Lumières dans les Pays-Bas français de la Contre-Réforme à la Révolution*, Valenciennes, Presses Universitaires, 1987, pp. 9-13.

MASCHKE, Erich et SYDOW, Jürgen (éd.) *Stadt und Umland*, Stuttgart, Kohlhammer, 1974.

PIATIER, André « L'attraction commerciale des villes », *Revue juridique et économique du Sud-Ouest*, n°4, 1958.

PROST, Marie-Andrée *La hiérarchie des villes en fonction de leurs activités de commerce et de service*, Paris, Gauthier-Villars, 1965.

Les fonctions urbaines

Stadt-Land-Beziehungen und Zentralität als Problem der historischen Raumforschung, Hanovre, 1974.

BAIROCH, Paul *Taille des villes, conditions de vie et développement économique*, Paris, Editions de l'EHESS, 1977.

Centre aixois d'études et de recherches sur le XVIIIème siècle, *La ville au XVIIIème siècle*, Colloque d'Aix-en-Provence, 29 avril-1^{er} mai 1973, Aix-en-Provence, 1975.

COURTIN, René et MAILLET, Pierre *Economie géographique*, Paris, Dalloz, 1962.

DAMETTE, Félix ; SCHEIBLING, Jacques et al., *La crise de l'industrie française*, Laboratoire STRATES, Université de Paris-I, 1987.

DAMETTE, Félix ; SCHEIBLING, Jacques et al., *Métropolisation et aires métropolitaines*, Laboratoire STRATES, Université de Paris-I, 1989.

DAMETTE, Félix et SCHEIBLING, Jacques *La France, permanences et mutations*, Paris, Hachette, 1996.

DERYCKE, Pierre-Henri *L'économie urbaine*, Paris, Presses Universitaires de France, 1970.

DERYCKE, Pierre-Henri, HURIOT, Jean-Marie, PUMAIN, Denise *Penser la ville. Théories et modèles*, Paris, Anthropos, 1996.

GUYOT, Fernand *Essai d'économie urbaine*, Paris, Librairie générale de droit et de jurisprudence, 1968.

ISARD, Walter *Méthodes d'analyse régionale. Une introduction à la science régionale*, Paris, Dunod, 1972, 2 volumes.

LE MOIGNE, François-Yves « Le rôle économique des garnisons évêchoises au XVIIIème siècle d'après les exemples de Metz, Sarrelouis et Verdun », *Beiträge zur Geschichte der frühzeitlichen Garnisons- und Festungsstädte. Colloque de Sarrelouis, 1980.*, Sarrebruck, 1983, pp. 199-223.

LEPETIT, Bernard *Les villes dans la France moderne 1740/1840*, Paris, Albin Michel, 1988.

LEPETIT, Bernard et PUMAIN, Denise (dir.) *Temporalités urbaines*, Paris, Anthropos, 1993.

POUSSOU, Jean-Pierre et LOUPES, Philippe (dir.) *Les petites villes du Moyen-Age à nos jours*, Paris, CNRS, 1987.

PUMAIN, Denise *La dynamique des villes*, Paris, Economica, 1982.

REMY, Jean *La ville, phénomène économique*, Paris, Anthropos, 2000.

ROCHEFORT, Michel *L'organisation urbaine de l'Alsace*, Strasbourg, Les Belles Lettres, 1960

BERGERON, Louis et RONCAYOLO, Marcel « De la ville pré-industrielle à la ville industrielle : essai sur l'historiographie française », *Quaderni Storici*, 1974, pp. 827-876.

SCHEUERBRANDT, Arnold *Südwestdeutsche Stadttypen und Städtegruppen bis zum frühen 19. Jahrhundert. Ein Beitrag zur Kulturlandschaftsgeschichte und zur kulturräumlichen Gliederung des nördlichen Baden-Württemberg und seiner Nachbargebiete*, Heidelberg, Heidelberger Geographische Arbeiten, 32, 1972.

Table des matières.

Remerciements, p. 5

Introduction générale, p. 7

Première partie, p. 37

Chapitre 1 : Les pôles commerciaux de la Lorraine centrale et méridionale vers 1790, p. 39

1. Les pôles de coordination des échanges : diversité des profils
 - 1.1. Vers une typologie des places de commerce : le choix des indicateurs pertinents
 - 1.1.1. Les lieux du commerce périodique : quel équipement du territoire ?
 - 1.1.2. Le niveau d'intégration dans les circuits d'échange
 - 1.2. Les pôles commerciaux de la Lorraine méridionale
 - 1.2.1. La diversité des pôles commerciaux
 - 1.2.2. Les activités des localités
2. Les pôles commerciaux et leurs marchands
 - 2.1. Les niveaux de population marchande : l'approche par les *ratios*
 - 2.1.1. Principes et problèmes
 - 2.1.2. Les sources disponibles
 - 2.1.3. Les localités retenues
 - 2.2. Les différentiels d'équipement selon les localités
 - 2.2.1. Une Lorraine solidement équipée ?
 - 2.2.2. Types d'activités marchandes selon les localités
 - 2.3.2. Les facteurs de localisation des marchands
3. Quelle était la population marchande installée en dehors des principaux pôles commerciaux ?
 - 3.1. La dotation commerciale des campagnes
 - 3.1.1. Les données disponibles et leur utilisation
 - 3.1.2. Des campagnes richement dotées en marchands
 - 3.2. Les déterminants de l'implantation des marchands dans les campagnes
 - 3.2.1. L'implantation des marchands dans les campagnes : quelques hypothèses
 - 3.2.2. Les indicateurs retenus pour la vérification des hypothèses
 - 3.2.3. Résultats
 - 3.3. Les trois figures du commerce rural

Chapitre 2 : L'essor et la spécialisation de la population marchande dans la Lorraine du XVIII^e siècle, p. 101

1. L'accroissement des échanges de marchandises au XVIII^e siècle
 - 1.1. L'accroissement de la circulation des marchandises dans la province

- 1.1.1. L'utilisation des données des octrois
- 1.1.2. Une forte hausse des entrées de commodités à Nancy
- 1.2. Les indices d'une hausse de l'offre disponible dans la province
 - 1.2.1. La poussée des importations entre 1730 et 1780
 - 1.2.2. L'essor des fabriques de biens de consommation (1700/1790)
- 2. La consolidation de la dotation marchande des espaces lorrains
 - 2.1. L'établissement des données : quelques remarques méthodologiques
 - 2.2. Le renforcement de la fonction d'échange dans les principaux pôles commerciaux
 - 2.2.1. Le cas nancéien : renforcement de l'appareil commercial, essor du grand commerce, développement du petit commerce
 - 2.2.2. Un renforcement inégal de l'appareil commercial selon les types de localités
 - 2.3. Quelle extension du commerce rural dans la Lorraine du XVIIIe siècle ?
 - 2.3.1. Quelques remarques de méthode
 - 2.3.2. Un fort équipement commercial des campagnes dès le début du siècle
 - 2.3.3. L'hypothèse d'un renforcement de l'équipement commercial des campagnes
- 3. Diversification et spécialisation des appareils commerciaux des villes et des bourgs
 - 3.1. La diversification des spécialisations marchandes : le cas de Nancy
 - 3.1.1. Une approche « sémantique » des activités de la population marchande
 - 3.1.2. Un mouvement de diversification des spécialisations tout au long du siècle
 - 3.2. La diversification des spécialisations est-elle perceptible ailleurs ?
 - 3.2.1. La diversification du commerce des commodités dans les petites villes
 - 3.2.2. Des spécialisations marchandes peu stables dans le temps

Deuxième partie, p. 153

Chapitre 1 : Les marchands-magasiniers et le commerce lorrain : l'intégration du commerce lorrain dans les circuits d'échanges interrégionaux, p. 155

- 1. Ségrégation et stabilité des aires d'approvisionnement
 - 1.1. Les grandes aires d'approvisionnement
 - 1.1.1. Les places de commerce en relation avec la Lorraine
 - 1.1.2. Les grandes places en relation avec les commerçants lorrains
 - 1.2. La grande stabilité des espaces d'approvisionnement
 - 1.2.1. L'utilisation de la documentation disponible
 - 1.2.2. Le maintien des espaces d'approvisionnement traditionnels
- 2. Les contraintes d'acheminement des marchandises
 - 2.1. Une région difficilement accessible
 - 2.1.1. La rareté des voitures en direction de la Lorraine
 - 2.1.2. Les contraintes spécifiques de la voie d'eau
 - 2.2. L'appui sur les chaînes d'intermédiation
 - 2.3. Des contraintes de transport à nuancer
 - 2.3.1. Stabilité et modicité du prix des voitures
 - 2.3.2. La place des foires dans les approvisionnements de la province

3. Les espaces des paiements et l'accès aux circuits financiers interrégionaux
 - 3.1. Les modalités de paiement aux créanciers extérieurs
 - 3.1.1. Des paiements articulés autour de la place de Paris
 - 3.1.2. Des modalités de remise particulières dans les espaces germaniques
 - 3.2. Les relations financières entre la Lorraine et Paris
 - 3.2.1. Les effets disponibles en Lorraine et les remises aux banquiers parisiens
 - 3.2.2. Les circuits financiers entre la Lorraine et Paris et les possibilités de remise

Chapitre 2 : Les marchands-magasiniers et la formation de l'offre de marchandises disponible en Lorraine, p. 219

1. Diversification, renouvellement et dynamiques de l'offre
 - 1.1. Méthodologie d'analyse
 - 1.1.1. Le choix des sources : les inventaires de marchandises et leur utilisation
 - 1.1.2. Types de marchandises et qualité des produits
 - 1.1.3. Traitement des sources
 - 1.2. L'offre d'étoffes : un renouvellement important mais un noyau solide de produits stables
 - 1.2.1. Le renouvellement des types de produits
 - 1.2.2. La dispersion des qualités des produits
2. Les marchands-magasiniers et la diffusion des marchandises dans la province : créneaux d'activités et niveaux d'affaires
 - 2.1. Niveaux et volumes d'affaires des grossistes : une évaluation
 - 2.2. Une spécialisation sur les produits éprouvés : les activités des marchands-magasiniers
 - 2.2.1. Les marchands-magasiniers, des commerçants spécialisés
 - 2.2.2. Une concentration sur les marchandises de qualité moyenne
 - 2.2.3. Stabilité et renouvellement des produits
3. Information sur les produits et constitution des assortiments
 - 3.1. Comment connaître les produits ?
 - 3.1.1. Le cas des produits « réglés »
 - 3.1.2. L'information sur les marchandises non-stables
 - 3.2. L'entente sur les prix
 - 3.3. Les fournisseurs, « médiateurs de la sélection » (Pierre Jeannin)
 - 3.3.1. La constitution des stocks entre horizons d'attente et incertitude
 - 3.3.2. Commerce et connivence

Chapitre 3 : Hiérarchie commerciale et redistribution régionale des marchandises, p. 263

1. Niveaux et profils des marchands détaillants desservis
 - 1.1. Qui a vraiment recours aux services des marchands grossistes ?
 - 1.1.1. L'exploitation des données des inventaires de faillite
 - 1.1.2. Le profil des activités des marchands détaillants
 - 1.2. Les espaces de la desserte du commerce de gros et demi-gros
 - 1.2.1. Le rayonnement des grandes places commerciales régionales : entre extension et concurrence

- 1.2.2. La prééminence des marchands des Duchés dans la clientèle
- 2. L'organisation du commerce et le rapport aux détaillants
 - 2.1. L'importance des relations de vis-à-vis
 - 2.2. L'intermédiation commerciale et les auxiliaires du commerce
 - 2.2.1. Le rôle des commis-voyageurs dans les relations entre les grossistes et leurs clients
 - 2.2.2. Voituriers et maîtres de poste
 - 2.3. Circuits d'importation et polarisation régionale
- 3. Les relations entre grossistes et détaillants
 - 3.1. Fréquence et durée des relations marchandes : le principe de « l'amitié »
 - 3.1.1. Les marchands-magasiniers à la recherche de la stabilité des débouchés
 - 3.1.2. Les marges de manœuvre des détaillants
 - 3.2. Relations commerciales, crédits et délais de paiement
 - 3.2.1. Les délais de paiement effectifs sont compris entre six et douze mois
 - 3.2.2. L'exécution judiciaire des paiements est peu pratiquée
 - 3.3. Les marchands-magasiniers ne bénéficiaient pas d'un « surprofit monopolistique »
 - 3.3.1. Le calcul des taux de marge brute
 - 3.3.2. Des taux de marge brute modérés chez les marchands-magasiniers

Troisième partie, p. 307

Introduction, p. 308

Chapitre 1 : Les boutiques et l'intégration des marchés de consommation dans la Lorraine de la fin du XVIIIe siècle (années 1760/années 1790), p. 339

- 1. L'uniformisation des modes de consommation dans la Lorraine méridionale à la fin du XVIIIe siècle
 - 1.1. Les tableaux du Maximum Général et l'étude des modèles régionaux de consommation
 - 1.1.1. Le choix des districts à étudier
 - 1.1.2. Intérêt et limites de l'usage des tableaux du Maximum
 - 1.1.3. Les tableaux du Maximum et l'étude de la consommation régionale
 - 1.2. Une large intégration des modèles de consommation à l'échelle régionale
 - 1.2.1. Une consommation à la fois ségréguée et intégrée
 - 1.2.2. Villes et variété des gammes de produits
- 2. L'uniformité de l'offre marchande dans la Lorraine du dernier tiers du XVIIIe siècle
 - 2.1. Boutiques des villes, boutiques des bourgs, boutiques des campagnes
 - 2.1.1. Unité et diversité du monde de la boutique
 - 2.1.2. Le commerce ambulant : une offre concurrente et non complémentaire
 - 2.2. Les déclinaisons de l'offre disponible selon les lieux
 - 2.2.1. Etudier les différentiels locaux de l'offre
 - 2.2.2. Une offre à la fois intégrée et ségréguée

Chapitre 2 : Unité et différenciation des modèles de consommation, p. 339

1. L'extension sociale de la consommation boutiquière
 - 1.1. Comment mener l'enquête ?
 - 1.1.1. Consommation et modèles sociaux de consommation
 - 1.1.2. Une classification sociale prospective
 - 1.2. Les différentiels sociaux de recours à la boutique
 - 1.2.1. Les catégories populaires dans les affaires des boutiques
 - 1.2.2. Les niveaux de consommation populaire : une mise en perspective
 - 1.3. Les femmes et la boutique
 - 1.3.1. Les femmes et les dynamiques de la consommation
 - 1.3.2. Les femmes et la consommation boutiquière

2. La participation des campagnes aux marchés de consommation
 - 2.1. Où et à qui les détaillants vendaient-ils leurs marchandises ?
 - 2.2. L'extension des marchés de consommation ruraux : quelques aperçus
 - 2.2.1. L'aire de chalandise des boutiques est indépendante de la taille des marchands et de leur spécialisation
 - 2.2.2. La clientèle rurale dans les affaires des marchands détaillants
 - 2.3. Les espaces ruraux : quels niveaux de consommation ?
 - 2.3.1. Marchés potentiels et marchés effectifs : une moindre participation des campagnes à la consommation marchande ?
 - 2.3.2. Des niveaux de consommation inférieurs à ceux des villes et des bourgs ?

3. Les différentiels sociaux de consommation chez Germain Empereur
 - 3.1. Méthodologie d'analyse
 - 3.1.1. Le problème de la représentativité d'un cas individuel
 - 3.1.2. L'utilisation de sources comptables
 - 3.1.3. L'analyse des ventes de marchandises
 - 3.2. Quels produits pour quels consommateurs ?
 - 3.2.1. Une large uniformisation des consommations
 - 3.2.2. Des consommations socialement segmentées
 - 3.2.3. Des niveaux d'achat socialement différenciés
 - 3.3. Quelle place pour une consommation féminine autonome ?
 - 3.3.1. Les niveaux d'achats féminins
 - 3.3.2. Existe-t-il une consommation féminine clairement identifiable ?
 - 3.3.3. La boutique et l'acculturation des femmes à la consommation

Chapitre 3 : Les marchands et leurs pratiques de commercialisation, p. 397

1. Les tendances à la dépersonnalisation de la relation commerciale dans la Lorraine du XVIIIe siècle
 - 1.1. L'attractivité des boutiques dans la Lorraine du XVIIIe siècle : un retard ?
 - 1.1.1. Comment étudier la décoration et l'agencement des boutiques ?
 - 1.1.2. Des stratégies d'attractivité très localisées fonctionnellement et géographiquement
 - 1.2. Le recours à la publicité commerciale
 - 1.2.1. Le recours des marchands aux annonces dans la presse : ampleur et objectifs
 - 1.2.2. Le recours modeste des marchands lorrains aux Affiches

2. Le recrutement de la clientèle : effets de réputation et relations interpersonnelles
 - 2.1. L'aire de recrutement de la clientèle : un modèle non-christallérien de rapport à la boutique
 - 2.2. Une clientèle attachée à la boutique par des liens non-commerciaux ?
 - 2.3. Confiance et savoir-faire dans les relations commerciales

3. Diffusion des marchandises et relations interpersonnelles : nature et ampleur des rapports de crédit dans la boutique
 - 3.1. Les délais de paiement : quelle ampleur ?
 - 3.1.1. Deux types différents de crédits
 - 3.1.2. Un faible recours à l'exécution des paiements
 - 3.2. Le prêt « gratuit » et la fidélisation de la clientèle
 - 3.3. Le niveau des prix comme crédit à la clientèle ? Quelques hypothèses et quelques pistes de réponse.

Conclusion générale, p. 433

Annexes, p. 441

Relevé des sources, p. 509

Bibliographie, p. 525

Table des matières, p. 569