Natacha COQUERY, *Le marché ou le lien social ? Une lecture de Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle, luxe et demi-luxe*

Paris, CTHS, 2011, 408 p., ISBN 978-2-7355-0733-7, 28 €.

Richard Flamein

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ahrf/12734>
DOI : 10.4000/ahrf.12734
ISSN : 1952-403X

Éditeur :

Armand Colin, Société des études robespierristes

Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2013
Pagination : 214-216
ISBN : 978-2-200-92824-7
ISSN : 0003-4436

Référence électronique

Richard Flamein, « Natacha COQUERY, *Le marché ou le lien social ? Une lecture de Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle, luxe et demi-luxe* », *Annales historiques de la Révolution française* [En ligne], 371 | janvier-mars 2013, mis en ligne le 19 avril 2013, consulté le 01 juillet 2021. URL : <http://journals.openedition.org/ahrf/12734> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ahrf.12734>

Ce document a été généré automatiquement le 1 juillet 2021.

Tous droits réservés

Natacha COQUERY, *Le marché ou le lien social ? Une lecture de Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle, luxe et demi-luxe*

Paris, CTHS, 2011, 408 p., ISBN 978-2-7355-0733-7, 28 €.

Richard Flamein

RÉFÉRENCE

Natacha COQUERY, *Le marché ou le lien social ? Une lecture de Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle, luxe et demi-luxe*, Paris, CTHS, 2011, 408 p., ISBN 978-2-7355-0733-7, 28 €.

- 1 Après des recherches concernant les consommations aristocratiques (*L'hôtel aristocratique. Le marché du luxe à Paris au XVIII^e siècle*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1998), Natacha Coquery déplace la focale de son analyse, prenant cette fois pour belvédère la boutique parisienne à la croisée d'une histoire économique, sociale et urbaine.
- 2 La toile de fond de l'ouvrage est tendue par une préface de Daniel Roche : elle interroge la lente transition du besoin au désir, au XVIII^e siècle, vers une société de consommateurs, plutôt que d'une révolution de la consommation, dont le terme est jugé excessif. Elle appelle une meilleure compréhension d'une démocratisation de la consommation par les formes déclinées imitatives (*populuxe* de Cissie Fairschild) ou inventives (*semyluxury* de Maxine Berg) qui introduisent, dans le jeu de la culture des apparences, des classes intermédiaires de plus en plus larges, dotées d'une compétence de jugement progressivement affinée.
- 3 Le point fort de la démarche de Natacha Coquery relève à la fois de la grande diversité des sources employées (Almanachs de commerce, guides de Paris, livres de comptes, bilans de faillites, inventaires après décès...) et d'un changement d'échelle constant du niveau d'analyse, embrassant tour à tour l'ensemble du monde boutiquier parisien, soit plusieurs milliers d'acteurs (l'*Almanach du Dauphin* de Roze de Chantoiseau dans son

édition de 1769), ou usant de la monographie pour en préciser les contours (le bijoutier Aubourg, installé au cœur du faubourg Saint-Germain ou Mathurin Law, marchand tapissier, rue Saint-Honoré). Ce balancement a pour vertu de restituer la boutique dans la consistance de ses réseaux, mais aussi dans le renouvellement fluide des liens sociaux et des appartenances, accéléré après 1750. Ce tableau saisi au vif l'empirisme des pratiques boutiquières et les décompose dans un ternaire, les mots, les cartes et les chiffres, qui en constitue le plan.

- 4 La difficile réhabilitation de l'image du commerce de détail passe, dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, par la promotion de l'édition commerciale, véritable « sphère publique de l'économie marchande ». La dérogeance et les monopoles corporatifs ne peuvent résister durablement à l'attrait de la nouveauté, des modes et des luxes : une culture européenne du shopping fait de Paris la capitale des plaisirs, dont les *cicerones* se veulent les chantres (on citera le vivifiant *Séjour de Paris* de l'Allemand Nemeitz, à partir de 1718, ou l'*Almanach* de Thiéry, adressé à l'aristocratie et aux personnes de distinction). L'information commerciale s'adresse plus largement à l'ensemble des acteurs du monde marchand, à la fin du siècle, offrant un tableau de la production manufacturière d'exception en Europe et en province, certes teinté de nationalisme économique, dans le contexte de la rivalité commerciale franco-anglaise des années 1780 (*Tableau général du commerce* de Gournay).
- 5 Dans sa seconde partie, intitulée « la boutique en cartes », l'ouvrage inscrit de manière convaincante le commerce dans les dynamiques urbaines du XVIII^e siècle. Par un jeu détaillé de cartes, dont on peut toutefois déplorer, parfois, la faible lisibilité, Natacha Coquery nourrit l'hypothèse que « l'activité commerciale est l'élément qui structure le plus fortement la pratique de la ville » (p. 111). Par une géographie sûre, elle dégage les principes directeurs d'une organisation ségrégée de l'espace boutiquier parisien, conjuguant la polarisation pérenne de certains quartiers (les bijoutiers de l'île de la Cité), avec l'affirmation progressive des nouveaux axes (le luxe dans la rue Saint-Honoré), pour mettre en évidence une croisée parisienne, courant des rues Saint-Denis et Saint-Martin vers la rue Saint Jacques, au sud, et du faubourg Saint-Honoré à celui de Saint-Antoine, vers l'est. Elle perçoit finement la relation étroite entre densité marchande et niveau de spécialisation : les concentrations les plus fortes concernant, sans surprise, les orfèvres, la mercerie de luxe avec les bijoutiers, au plus près de la croisée. Une géographie des territoires de la boutique en découle sur le substrat des réseaux commerciaux de deux marchands parisiens, Aubourg et Law. Le réseau toujours recherché de la clientèle aisée et aristocratique se superpose au tissu dense des relations professionnelles des confrères, fournisseurs, sous-traitants et commis. Prestige et concentration géographique des boutiques de luxe étendent l'aire de chalandise bien au-delà du Paris *intra-muros* de la seconde moitié du siècle.
- 6 L'approche comptable vient compléter, par une troisième partie, ce panorama du commerce de détail parisien (« La boutique en chiffres »). L'hétérogénéité des situations et des pratiques de gestion est mise en lumière par un travail courageux de dépouillement des livres de comptes. Il en ressort une économie du temps scandée par le flux tendu du crédit qui devient l'élément central de l'analyse. Pour ce faire, Natacha Coquery se livre à l'autopsie de la faillite du bijoutier Aubourg, en 1783, articulant la macro-économie des conjonctures décennales, avec la micro-analyse de la désynchronisation de la circulation des crédits : Aubourg chute d'avoir vendu « à condition » (un prêt de marchandises sans contrepartie de paiement) des bijoux avec

l'Amérique, pour un montant de 47 000 livres, fin 1782. Au-delà du cas d'espèce, c'est la volatilité accrue des pratiques commerciales de la seconde moitié du XVIII^e siècle qui se donne à voir : le paiement comptant se révèle rare, la clientèle peu fidèle, voire peu solvable, l'ensemble tenant par le liant fragile du crédit. La précarité d'un petit commerce, « encastré dans ses réseaux » (*embeddedness*) devient visible, entre concessions marchandes et entretien du lien social (avance aux aristocrates, prêts d'argent aux confrères), la faillite ne se trouvant jamais loin. Le tour de force de l'ouvrage est de montrer que l'échec économique n'emporte pas le lien social : le collège des créanciers jouant de souplesse pour recouvrer les sommes dues, par des compromis infra-judiciaires entre des acteurs pragmatiques impliqués dans les mêmes réseaux marchands, plutôt que par des procédures coûteuses, longues et aléatoires ; le failli honorant au mieux ses engagements, afin de ne pas être confondu avec le banqueroutier frauduleux et de revenir en grâce auprès de ses confrères.

- 7 L'empirisme des pratiques marchandes rencontre la souplesse d'une culture de la consommation naissante dont les codes ne recoupent plus nécessairement les hiérarchies sociales. Au titre de la nouveauté, le marché du demi-luxe diffuse les nouveaux modèles d'une consommation où le faux peut-être plus prisé que l'authentique (le strass et le diamant, le plaqué pour le métal massif) pour peu qu'il soit à la mode. Tandis que parallèlement se propage le second marché des produits d'occasion redistribuant dans les couches sociales élargies les habitudes du luxe et du raffinement, accélérant la circulation des objets, le brouillage des codes et la recomposition des privilèges corporatifs.
- 8 L'ouvrage, voulu comme un chantier ouvert de la boutique, dépasse de loin son objet pour mettre en évidence l'utile complémentarité d'un marché en expansion avec la fluidité accrue du lien social dans la seconde moitié du XVIII^e siècle.