La circulation de l'information dans les réseaux de commerce espagnols aux xv^e et xvi^e siècles

Hilario Casado Alonso

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ccrh/3481>

DOI : 10.4000/ccrh.3481

ISSN : 1760-7906

Éditeur

Centre de recherches historiques - EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 25 avril 2008

Pagination : 225-251

ISSN : 0990-9141

Référence électronique

Hilario Casado Alonso, « La circulation de l'information dans les réseaux de commerce espagnols aux xv^e et xvi^e siècles », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 42 | 2008, mis en ligne le 03 février 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ccrh/3481> ; DOI : 10.4000/ccrh.3481

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle.

La circulation de l'information dans les réseaux de commerce espagnols aux XV^e et XVI^e siècles

Hilario Casado Alonso

- 1 La circulation de l'information au sein des réseaux commerciaux et dans les espaces économiques a fait, il y a déjà longtemps, l'objet d'analyses de Fernand Braudel tant dans la *Méditerranée et le monde méditerranéen* à l'époque de Philippe II que dans *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XV^e-XVIII^e siècles*. Il y soulignait les difficultés de la circulation des marchandises et de l'information¹ mais insistait aussi sur le besoin d'études sur la durée d'acheminement des lettres, des prix de celles-ci et des différents espaces qu'elles créaient. « La nouvelle marchandise de luxe, vaut plus que son pesant d'or »² disait-il. Ceci est particulièrement pertinent pour la bonne administration de tous les États à partir du XV^e siècle, en particulier pour celui représenté par Philippe II – le roi bureaucrate par excellence de l'histoire de l'Espagne – qui ne cessait d'adresser des courriers à toutes les parties de son Empire grâce aux serves de la compagnie des Tassis.
- 2 Une bonne information était également capitale pour la bonne administration des entreprises commerciales et financières depuis la fin du Moyen Âge. Le courrier mercantile, développé dans les villes italiennes, atteint ses pleines dimensions à partir du XV^e siècle quand l'expansion du commerce et l'ouverture de nouveaux marchés internationaux rendit nécessaire une bonne et abondante information pour conduire les affaires de manière efficace. Ainsi la possession et la coordination de l'information faisaient partie du quotidien des entreprises d'alors, le courrier étant la méthode privilégiée³. L'apparition de la presse mercantile est venue, à l'époque préindustrielle, compléter les mécanismes employés⁴. Aujourd'hui le rôle de la circulation de l'information ne cesse de se renforcer pour les besoins de la bonne gestion des entreprises et des organisations sociales. Les recherches les plus récentes en sociologies et en théorie économique de l'entreprise soulignent du fait de la révolution de l'information et de l'internet, l'importance de l'information pour le succès de l'entreprise et le bon fonctionnement des réseaux sociaux.

- 3 L'information est l'un des moyens les plus efficaces et l'une des stratégies essentielles en vue d'une plus grande compétitivité. En termes théoriques une bonne information assure la réduction des coûts de l'activité économique et la création d'avantages permettant de dominer les concurrents⁵.
- 4 Bien entendu une partie seulement de ces données était applicable aux entreprises commerciales des XV^e et XVI^e siècles mais comme aujourd'hui être bien informé sur l'offre et la demande, les coûts de transport et les normes juridiques, était vital à une bonne gestion. Dans ces conditions disposer d'une solide information était pour une compagnie commerciale et financière la meilleure manière de surmonter les aléas de l'activité puisque la circulation des nouvelles était plus lente et moins sûre qu'à notre époque. Ce monde commercial, comme chacun sait, disposait d'une communication limitée et était soumis à différentes interprétations des faits. Les incertitudes étaient multipliées quant à la durée du voyage, à l'état des marchandises à l'arrivée, au prix de leur vente, au coût de l'achat du fret de retour, à l'évaluation des monnaies et des changes, etc. Le commerçant d'antan avait conscience du besoin d'un excellent service de courrier s'il voulait connaître le succès dans ses affaires. Il n'est pas étonnant donc qu'au début du XV^e siècle Francesco di Marco Datini de Prato ait dit qu'il avait passé sa vie à écrire des lettres.
- 5 En raison de cette nécessité tous les marchands à rayon international – et parmi eux les Espagnols – ont développé aux XV^e et XVI^e siècles le courrier commercial conçu comme l'une des activités spécifiques de la gestion d'entreprise. Mais ce développement ne s'est pas réalisé à partir du travail individuel de chaque compagnie commerciale et financière de l'époque. Le plus souvent comme cela a été souligné depuis quelques années, les marchands agissaient à partir des réseaux commerciaux⁶.
- 6 L'existence de ces réseaux constitués par des individus regroupés en fonction de leur origine, de leur langue, de leur religion répondait au souci de disposer d'associés, de proches, d'amis dans les places étrangères où l'on menait habituellement ses affaires. Ainsi ceux-ci exerçaient comme agents ou intermédiaires auprès des clients locaux ou donnaient protection – juridique, sociale et religieuse – à tous les marins ou marchands membres du réseau se trouvant loin de leur terre natale. C'est là le système implanté dans l'Europe médiévale européenne par les commerçants de villes italiennes, de la Hanse et en tous points comparable à ceux des Arméniens, des Juifs, des Chinois, des Hindous, des Quakers, des Huguenots, etc., à d'autres moments de l'histoire universelle⁷. Une telle méthode fut, nous le verrons, aussi employée par les commerçants castillans des XV^e et XVI^e siècles⁸.
- 7 Parmi les diverses caractéristiques de fonctionnement des réseaux commerciaux, il faut détacher le souci de la fluidité de la circulation de l'information⁹. N'importe lequel des membres de réseau peut utiliser, de manière individuelle ou collective, les mécanismes créés pour donner ou recevoir les informations indispensables à la bonne marche des affaires. La « convivance », les relations personnelles et familiales établies entre membres, les différentes formes de sociabilité créées dans les lieux de résidence, les pratiques commerciales et surtout les correspondances privées et les institutions mercantiles assurent un échange aisé d'informations de tout type. Celles-ci sont fondamentalement de caractère économique : prix des marchandises, conjoncture des marchés, cotisation des monnaies et des changes, système des poids et mesures, questions linguistiques, pratiques mercantiles et financières, nouvelles de guerres et risques de routes, dispositions légales...

- 8 La circulation de l'information relie la métropole aux différentes colonies marchandes ou les différentes parties du réseau entre elles. La fluidité est parfois renforcée quand certains éléments du réseau se dotent d'une entité politique privée ou publique destinée à coordonner toutes ses composantes et en particulier à organiser le courrier. Il en résulte une diminution sensible des coûts de transaction pour chacune des entreprises individuelles qui ainsi bénéficient de l'appui fourni collectivement par le réseau commercial.
- 9 Pour autant la fonction des réseaux marchands ne se limite pas à assurer une bonne circulation de l'information. Garantir sa qualité est au moins aussi important. La logique économique est claire : il s'agit de maximiser l'efficacité commerciale à travers la création d'institutions dotées de mécanismes tout à fait appropriés à la pratique du commerce et garantissant ou améliorant la qualité de l'information disponible. Comme nous l'avons vu, la création et le développement des colonies marchandes, avec leurs différents aspects d'organisation du commerce et leur tribunal commercial, leur club social et leurs éléments de solidarité, a pour but d'optimiser le rendement économique. Le regroupement en « corporations » permettait de résoudre plusieurs des problèmes du monde commercial de l'époque soumis à des asymétries de l'information, à une faible communication et à la possibilité d'interprétation divergente des faits. La réunion de marchands de même origine géographique, même sans liens de parenté en colonies ou en « nations » aidait à surmonter ces inconvénients. Mais aussi l'existence d'un système de colonies marchandes provoquait la mise sur pied des grandes institutions économiques dotées de mécanismes de grande réputation. Le manque d'informations et les autres problèmes commerciaux de l'époque étaient dus au défaut de fiabilité dans les relations commerciales. Aussi y avait-il abus, fraudes, procès, problèmes... qui finalement affectaient toutes les entreprises commerciales de l'époque du fait de l'accroissement des coûts de transaction. L'appartenance d'un marchand à une colonie ou nation lui donnait la réputation d'honnêteté nécessaire au développement de ses affaires. Ainsi n'est-il pas surprenant que dans toutes les colonies marchandes, les autorités aient veillé à ce que tous les agents des compagnies répartis dans les différentes places ne transmettent de fausses nouvelles à leurs sièges et en cas de besoin à prendre des sanctions. En résumé, le recours à des mécanismes de réputation, fournis par le complexe de colonies et de consulats, donnait aux entreprises commerciales, faisant partie d'un réseau, la possibilité de réduire les coûts de transaction, de tirer parti des économies d'échelle et de diversification et de limiter les coûts d'opportunité¹⁰.

Les colonies commerciales castillanes en Europe aux xv^e et xvi^e siècles

- 10 L'existence de diverses colonies de marchands établies dans les différentes villes européennes pendant les xiv^e, xv^e et xvi^e siècles est un sujet commun dans la bibliographie de l'histoire. On cite souvent celles de Gênes, de Florence, de Venise et de la Hanse. Cependant, le cas de ces communautés et nations, qui ont été créées par les Castillans, a été abordé d'une façon marginale. Pourtant, celles-ci ont été très importantes pendant ces siècles, spécialement pendant le dernier d'entre eux¹¹.
- 11 Nous assistons à la naissance des communautés de marchands castillans dans différents points d'Europe, tout au long du Moyen Âge, au fur et à mesure que se développe le

commerce international de la Castille. Bien qu'au XII^e siècle nous puissions trouver quelques petites manifestations d'échanges extérieurs de la Couronne castillane par l'Atlantique, ce n'est qu'au siècle suivant que l'on peut parler plus précisément d'une présence continue et stable de commerçants originaires de Castille dans certaines villes européennes.

- 12 Il en résulte qu'aussi bien des marins que des marchands castillans apparaissent de plus en plus fréquemment dans de nombreux ports importants de l'époque. Cependant, ces établissements du XIII^e siècle sont isolés, sans qu'on puisse parler de colonies permanentes et stables. La crise du Bas Moyen Âge qui, au XIV^e siècle, touche une grande partie des royaumes européens paralyse les échanges commerciaux sur le continent et par conséquent, la prolifération de marchands et de colonies commerciales. Mais la sortie rapide de la crise de la part des territoires castillans va provoquer de nouveau, dès la fin du XIV^e siècle et spécialement dès 1425-1430, la croissance des échanges entre l'Espagne et le reste de l'Europe. Et, comme conséquence, la présence plus active de Castillans, marins et commerçants dans les différentes routes et ports.
- 13 D'où l'adoption d'une institution juridique et économique: les consuls de Castille. Ce sont ces magistrats qui assurent la représentation de toute la communauté de Castillans résidant dans certaines villes ou territoires et sont chargés de veiller et de défendre les intérêts de cette collectivité auprès des autorités locales ou des autres marchands. Et en même temps, ils sont chargés de veiller à l'harmonie interne du collectif castillan résidant à l'extérieur, et sont dotés d'une autorité juridique pour résoudre les possibles querelles qui pourraient être occasionnées. Les dates d'apparition de ces autorités se situent entre les dernières années du XIV^e siècle et la première moitié du XV^e siècle. Dans quelques cas, nous savons, avec précision, que des privilèges de création de consulats ont été octroyés par les pouvoirs locaux ou nationaux. Dans d'autres, simplement qu'une personne déterminée remplit les fonctions de consul dans une ville. Les renseignements que j'ai pu rassembler sont les suivants: à Bruges, en 1348 et 1367, nous observons, au début, l'attribution d'amples privilèges à la colonie commerçante castillane, et, définitivement, en 1414 et 1428 la concession d'une chapelle et la création du consulat; en 1430 à Nantes; en 1450 à Rouen; en 1388 à Barcelone; en 1399 à Majorque; en 1421 à Gênes et en 1438 à Marseille. À des dates inconnues, quoique situées entre la fin du XIV^e siècle et la première moitié du XV^e siècle, à Pise, Florence, Venise, Naples, Londres, La Rochelle et peut-être à Lisbonne.
- 14 La naissance de l'institution des consuls de Castille répond, sans doute, à l'influence juridique méditerranéenne et spécialement des grandes villes commerciales italiennes et catalanes. Mais l'existence de cette magistrature commerciale choisie par la communauté de marins et marchands castillans résidant à l'étranger ou désignée par le monarque, avait aussi une tradition législative en Castille, où il n'était pas rare de trouver des personnages dotés de fonctions d'autorité et de représentation d'un collectif professionnel.
- 15 Ainsi donc, nous pouvons considérer que depuis le début du XV^e siècle, il y avait dans de nombreux ports et villes commerciales d'Europe un nombre suffisamment important de personnes originaires de la Couronne de Castille pour provoquer le besoin d'avoir leurs propres consuls. Les colonies de marchands et marins étaient, par conséquent, stables et de plus en plus importantes comme il correspond à un commerce international castillan en plein essor. À partir de cette date, nous assistons à un accroissement continu de ces

communautés marchandes qui ne sont pas seulement plus grandes, quant au nombre de leurs membres, mais plus influentes dans le panorama économique international. Bruges, Anvers, Londres, Rouen, Nantes, Toulouse, Bordeaux, Lisbonne et Florence seront leurs principaux lieux d'établissement. Prospérité qui se prolonge jusqu'à la fin du XVI^e siècle, où la chute du commerce international castillan et les conflits religieux, entre autres raisons, entraînera l'effondrement et la disparition postérieure de ces colonies.

Facteurs de l'expansion du commerce dans la Castille aux XV^e et XVI^e siècles

- 16 Premièrement, c'est l'expansion économique de la Castille au XV^e siècle¹². Dès le début du XV^e siècle et plus particulièrement, depuis 1425-30, on observe dans toute la Vallée du Duero des symptômes évidents qui nous montrent qu'on est en train de sortir de la crise du bas Moyen-Âge. Ce redressement est général dans tous les territoires de la Couronne de Castille et de façon très claire dans la zone orientale de cette Vallée du Duero. Il y a plusieurs indicateurs des transformations lentes mais continues de l'économie castillane. Tout d'abord, l'inversion des tendances démographiques. On constate une augmentation évidente de la population. Bien qu'il soit très difficile de l'évaluer à cause du manque de sources statistiques rigoureuses, nous pouvons dire que l'ensemble de la Couronne de Castille passerait de 3,4 millions d'habitants approximativement en 1400 à 4 millions en 1480, 4,5 millions en 1530 et 6,5 millions en 1590. De ces chiffres, un quart correspondrait à la Vallée du Duero. Reprise démographique qui toucha autant la campagne que la ville. Fait qui entraînera le développement de beaucoup d'agglomérations moyennes et ce seront elles qui formeront réellement le réseau urbain de la Castille septentrionale.
- 17 Au développement démographique vint s'ajouter, bien sûr, l'expansion agraire. À ce propos il nous faut signaler plusieurs faits coïncidents. Le net accroissement du terroir cultivé, fruit des nouveaux défrichements et de l'assolement obligatoire à jachère biennale. L'expansion de nouvelles cultures, étant donné que la croissance agricole ne fut pas que céréalière, mais aussi dans des zones précises de la Vallée du Duero elle concerna le vignoble et certaines cultures industrielles comme la garance et le lin. Mais le plus spectaculaire, ce fut, sans aucun doute, l'accroissement du cheptel. C'est le plus grand nombre d'animaux de labour et de viande et essentiellement de moutons mérinos, dont le nombre pourrait osciller, en 1500, autour de 10,5 millions de têtes réparties dans toute la Castille. Un tiers de leur laine était exportée à l'extérieur.
- 18 Mais un autre facteur vint s'ajouter à l'essor économique dans le monde rural, la diffusion d'activités proto-industrielles à la campagne. Ainsi, dans les régions des alentours de Ségovie, Avila, Tierra de Campos, nord de Palencia et Cameros, nous trouvons, dès la moitié du XV^e siècle, une véritable prolifération d'une foule d'activités de cuir, fer et surtout textiles. Quoique certaines d'entre elles fussent peu importantes, d'autres, comme celles de Ségovie, Avila ou Soria, se structurèrent sous des formes d'organisation plus complexes adoptant le système de commande à domicile, le *verlagssystem*. De gros commerçants des villes, les *mercaderes hacedores de paños*, se chargeaient de gérer la production et de la vendre sur des marchés lointains.
- 19 Mais si le panorama du monde rural castillan fut prospère jusqu'aux années 1570-1580, on peut en dire tout autant de celui des villes. Les XV^e et XVI^e siècles sont des époques de grand développement urbain pour les centres de la Castille septentrionale¹³. Leur population croît et leurs plans augmentent. Leur réseau industriel se renouvelle, autant

grâce à la survie d'activités manufacturières corporatives destinées à un public dont le pouvoir d'achat est de plus en plus grand, qu'au développement de l'artisanat rural lié aux commerçants des villes de Castille. Mais où l'on observe le mieux le développement économique dans la Vallée du Duero aux XV^e et XVI^e siècles ce fut dans le commerce et les finances. Pendant cette période, tout un réseau de commerce intérieur se consolide dans cette région, avec la présence de transporteurs, marchands et colporteurs dans toutes les villes et centres ruraux. Essor dû en grande partie au développement économique général ainsi qu'à la prolifération des foires dans toutes les contrées.

- 20 Et parallèlement, ce furent aussi les siècles de l'expansion du commerce international castillan¹⁴. On trouve des commerçants de Burgos, Valladolid, Ségovie, Soria, Medina del Campo, Castrojeriz, Cuéllar, etc. dans toutes les principales places européennes, spécialement dans celles de la façade atlantique. Ils exportent tout type de marchandises espagnoles mais aussi, beaucoup d'autres d'origine française, anglaise, flamande ou italienne. Une partie étaient des matières premières (laine, colorants, fer, vin, cuirs, etc.) mais beaucoup d'autres – quoique l'on dise habituellement – sont des produits manufacturés de diverses provenance et qualité.
- 21 Augmentation de la capacité exportatrice des habitants de la Vallée du Duero qui a été provoquée aussi par la prompte utilisation de méthodes et pratiques de gestion avancées de la part de ces négociants, la plupart d'entre elles d'origine italienne ou flamande. L'implantation du système de compagnies, la comptabilité en partie double, l'assurance maritime, la correspondance commerciale, la lettre de change et le système multilatéral des changes en foires de Medina del Campo furent des mécanismes qui donnèrent aux commerçants castillans des avantages comparatifs face à leurs concurrents.

Les colonies commerciales castillanes en Europe aux XV^e et XVI^e siècles

- 22 C'est dans un contexte d'expansion commerciale et d'apprentissage de techniques de gestion d'entreprises que l'on doit situer, au XV^e siècle la création de colonies et nations mercantiles par des commerçants castillans. Leur logique économique est claire, en se regroupant en corporations ils essaient de résoudre quelques problèmes du monde commercial de cette époque, caractérisé du point de vue mercantile par des asymétries dans l'information, une faible communication et la possibilité de différentes interprétations des faits. Les commerçants d'une même nationalité, même s'ils n'étaient pas parents, évitaient quelques-uns de ces inconvénients, en s'organisant en colonies ou nations.
- 23 Les différentes colonies et nations mercantiles castillanes, comme nous pouvons voir en la CARTE I, sont dans toute Europe. C'est sur le territoire des anciens Pays-Bas que la présence de la Castille dans le passé se conserve la plus vive¹⁵. Cela n'est pas circonstanciel, mais le fruit de fortes raisons historiques. Ces territoires avec leurs nombreuses villes étaient les plus riches du moment : ils avaient une puissante industrie textile et étaient le centre des échanges commerciaux et financiers de toute l'Europe. Il n'est donc pas étonnant que les marchands castillans, dès le XIII^e siècle se soient dirigés vers cette zone. Cependant, leur époque la plus éclatante fut à partir du XV^e siècle, lorsque la laine castillane devint la matière première utilisée par la plupart des métiers à tisser européens. Cette marchandise, avec beaucoup d'autres, comme les teintures, les cuirs, le fer, les fruits secs, etc. était importée par des marchands castillans établis aux

Pays-Bas. Le fait que le nombre annuel de compagnies mercantiles espagnoles qui furent enregistrées par les autorités politiques des villes flamandes ait été dans la première moitié du XVI^e siècle autour de 150, nous montre leur importance. Chiffre seulement dépassé par celles en provenance d'Italie. Bruges était la ville qui dirigeait toute cette intense activité, Anvers fut la seconde ville des Pays-Bas où la présence des marchands de Castille fut la plus active

- 24 La France est après la Belgique le pays où la présence de colonies commerciales castillanes en Europe fut la plus intense : à Rouen, Nantes et Toulouse et sur une plus petite échelle, à La Rochelle et à Bordeaux. Villes qui aux XV^e et XVI^e siècles furent parmi les centres économiques les plus importants de France et points d'escale dans le commerce entre l'Espagne et les mers du Nord. Le protagonisme qu'atteignirent les Castillans en France a une grande importance historique¹⁶.
- 25 En Angleterre la colonie mercantile castillane s'établit essentiellement à Londres, bien qu'il y ait eu des membres aussi à Bristol, Southampton et Plymouth. Son moment de splendeur fut, comme dans le reste de l'Europe à la fin du XV^e siècle et pendant la première moitié du XVI^e siècle. Toutefois, il n'y a pas de preuve documentaire qu'il y ait eu des magistratures castillanes propres sur le territoire britannique ou que la colonie installée dans ce port jouisse de privilèges spéciaux ou d'une autonomie juridictionnelle¹⁷.
- 26 Lisbonne fut un autre endroit où il eut une autre colonie castillane bien qu'il faille encore faire des recherches. Le fait d'être un lieu de passage entre la Méditerranée et la Mer du Nord attira de nombreux marchands étrangers. Quoique la plupart d'entre eux fussent les Génois et un peu moins les Hanséatiques, il y eut aussi des Castillans, Attirés par les produits portugais et surtout par ceux en provenance de leurs îles (sucre et pastel de Madère et des Açores), des facteurs des principales compagnies de Burgos, outre de petits commerçants et marins galiciens et andalous, s'y installèrent¹⁸.
- 27 L'Italie est le dernier pays où il y eut une colonie mercantile importante. À part les souvenirs du passage d'ecclésiastiques, de nobles et de soldats par Rome ou Naples, Florence est le lieu où il y eut cette présence. La capitale de la Toscane était aux XV^e et XVI^e siècles, l'un des plus grands centres de l'industrie textile du drap. C'est pourquoi elle fut une grande importatrice pour permettre de fournir en matières premières ses nombreux métiers à tisser. Si aux XIV^e et XV^e siècles celle-ci était de provenance italienne ou anglaise, à partir de la fin du XV^e siècle ce sera de la laine mérinos castillane. C'est ce que les chercheurs de cette industrie ont appelé la « garbizzazione » de l'industrie textile toscane et qui, dans une grande mesure, fut impulsée par les marchands castillans. À la fin du Moyen Âge on la transportait dans des navires basques, qui, partant de l'Espagne, accosteront dans les ports de Pise, Talamone, Gênes et plus tard de Livourne¹⁹.
- 28 En conclusion, le « succès commercial » des commerçants et financiers castillans aux XV^e et XVI^e siècles n'est pas surprenant. La création de ce système complexe de nations mercantiles et de réseaux de commerce de la part des Castillans – contrairement à d'autres concurrents autant commerçants espagnols qu'étrangers – nous montre le degré élevé de développement commercial et financier qu'ils avaient atteint à la fin du XV^e siècle. Dans n'importe lequel de ces lieux d'Europe, la politique que les marchands castillans menèrent fut identique.

La circulation de l'information dans les réseaux de commerce castillans aux XV^e et XVI^e siècles

- 29 Une circulation fluide de l'information était indispensable si l'on voulait assurer l'efficacité du réseau commercial. Disposer d'une solide information a été l'un des objectifs majeurs de négociants castillans du XV^e et XVI^e siècles et son obtention a été, me semble-t-il, une des raisons de leur succès.
- 30 L'information circulait de multiples manières par le biais de voyageurs, agents, transporteurs, navigateurs, etc. Et aussi en recourant à la pratique généralisée, chez les commerçants castillans, de l'envoi des fils en formation à l'étranger, d'un associé, d'un ami ou simplement d'un membre de la nation castillane résidant en l'un des centres économiques du moment. Veiller sur les jeunes, contrôler le travail des facteurs étaient l'une des tâches des consuls castillans présents dans toute l'Europe. Selon la loi du 21 juillet 1494 promulguée par les Rois Catholiques et créant le Consulat de Burgos, organisme coordonnant les réseaux marchands castillans, les hommes d'affaires de Burgos voulaient de la sorte pouvoir auditionner les facteurs qui représentaient les compagnies dans toute l'Europe²⁰. La loi allait même jusqu'à stipuler que les consuls de Bruges, Anvers, La Rochelle, Nantes, Londres et Florence devaient rendre compte de leurs gains et justifier de leur activité devant la magistrature²¹.
- 31 Une autre forme capitale de la circulation de l'information fut celle fournie par la correspondance marchande. C'est à elle que je veux désormais m'attacher. J'analyserai d'abord le circuit de courriers de l'organisme chargé de réguler le commerce castillan en Europe : le Consulat de Burgos. Ensuite j'examinerai les caractéristiques de la correspondance de quelques compagnies du XV^e siècle, et en particulier celle de Simon Ruiz.

Le courrier du Consulat de Burgos

- 32 Parmi les multiples fonctions du Consulat de Burgos – tribunal commercial, organisation des flottes, perception d'impôts, organisation du commerce etc. – figurait celle de l'utilisation d'un système de courrier pour ses propres besoins et ceux de ses membres. Ses filiales de Bruges, Nantes, Rouen et Florence en possédaient également un. On le désignait alors comme « le courrier de l'Université des Marchands » et/ou « le courrier de la Nation ». Son existence donnait aux marchands castillans un avantage certain par rapport à leurs rivaux qui ne pouvaient y avoir recours et en payaient le prix lors des transactions²².
- 33 Pour organiser l'envoi de la correspondance, le Consulat disposait de messagers et de courriers propres mais aussi s'assurait les services d'autres courriers en fonction des urgences. J'en ai étudié les coûts au cours de la première moitié du XVI^e siècle. Ils représentaient alors environ 5 % du total des dépenses de l'institution (GRAPHIQUE 1). Ce pourcentage souligne tant l'importance du courrier pour l'institution que son développement. C'est pourquoi en vertu des ordonnances de 1538 fut créé l'office de Maître du courrier, responsable de l'ensemble du personnel et bénéficiant de ressources nourries d'un salaire annuel fixe et de taxes perçues lors de l'envoi de chaque paquet de lettres. Le même personnage avait de surcroît le monopole du départ de toute la

correspondance commerciale adressée par les marchands membres de « l'Université des Marchands » de Burgos. La poste connut en 1572 une promotion qui témoigne de l'importance donnée à une bonne information, avec la création de la charge de Grand Courrier du Consulat (Correo Mayor del Consulado), qui, bien entendu, fut confiée, tout au long de la seconde moitié du XVI^e siècle, à des membres des grandes familles marchandes de Burgos, les Pardo Orense et les de la Torre. Cependant cet office consulaire empiétait sur les privilèges accordés par les souverains espagnols aux Tassis, ce qui fut motif d'un long procès. Les Tassis durent finalement reconnaître l'autonomie et l'efficacité du courrier du Consulat²³.

- 34 Le souci d'un bon service de courrier apparaît aussi dans la documentation du Consulat de Castille à Bruges. Cette institution, chargée de réguler le commerce castillan dans l'ensemble des Pays-Bas, son principal marché, connut une remarquable fluidité dans l'échange de lettres tout au long des XVI^e et XVII^e siècles. Dans les livres d'actes sont enregistrés les départs et arrivées de lettres reliant les Pays-Bas à toute l'Europe. À ces fins le Consulat de Castille à Bruges avait ses messagers et courriers attitrés, même si à partir de 1570 il passa contrat avec les Tassis afin d'adresser des lettres et de l'argent en espèces selon une tarification établie en fonction des lieux de réception et du volume mensuel des envois. De surcroît les consuls cherchèrent à rendre plus rapide et plus régulière la réception de la correspondance par le biais de primes ou de sanctions en fonction des gains ou des dépassements de temps. La norme était de Bruges à Burgos, de 22 jours en été et de 24 en hiver²⁴.
- 35 Ainsi l'intense essor du Consulat de Burgos et de ses succursales conduisit de nombreux marchands et particuliers et même des souverains à utiliser fréquemment ses services. Le développement progressif du commerce et de l'activité économique en Espagne au XVI^e siècle incita les hommes de négoce à y avoir ordinairement recours afin d'être informés et de la sorte à mener à bien leurs affaires. Il n'est pas surprenant que le marchand de Burgos, Antonio de Quintanadueñas, se soit plaint « du temps consacré à écrire à tant de personnes chaque semaine »²⁵. L'étude de plusieurs livres de comptabilité de marchands du XVI^e siècle, actuellement en cours, en apporte une nouvelle preuve puisque nous voyons y apparaître, à partir des années 1530, des entrées destinées à relever les dépenses de courrier. Ce simple fait traduit l'importance accordée à l'information dans la gestion d'entreprise.

La correspondance de la Compagnie Simón Ruiz

- 36 Grâce aux travaux de plusieurs disciples de Fernand Braudel, on sait qu'est conservée à l'hôpital fondé à Medina del Campo par le marchand Simon Ruiz, une des meilleures archives d'entreprise commerciale et financière du XVI^e siècle. Les affaires de Simon Ruiz furent conséquentes pour l'époque, bien que, ne l'oublions pas, celui-ci ne fût alors ni le plus important ni le plus riche des hommes de négoce espagnols. Bien que la documentation ait été partiellement étudiée et publiée, beaucoup d'aspects nous restent inconnus²⁶. La Fondation du Musée des foires de Medina del Campo finance actuellement plusieurs projets de recherche en vue du catalogage, de l'informatisation et de la digitilisation de 54 378 lettres reçues, 2243 lettres envoyées, 21 065 lettres de change et 165 livres de comptabilité. La chronologie des lettres reçues apparaît au GRAPHIQUE 2. On y voit que la plus grande partie de la correspondance appartient aux années 1570 et 1580, moment le plus prospère de la compagnie

- 37 En attendant le terme de travaux en cours, je présente les premières conclusions de l'étude de presque 25 000 lettres ayant des marques postales, soit la moitié du total des lettres conservées²⁷. La géographie de la correspondance reçue par Simon Ruiz est illustrée par la CARTE 2. Au siège de la compagnie sont arrivées des lettres du monde entier, surtout de l'Europe, de Vienne, Prague, Hambourg, Malte, Santiago du Chili, Santo Tomé et Mexico. Toutefois plusieurs centres économiques européens – Lisbonne, Porto, Anvers, Lyon, Nantes, Rouen, Paris, Gênes, Florence, Rome – et simplement espagnols – Bilbao, Séville, Valladolid, Burgos, Tolède, Salamanque, Ségovie – se détachent. Et de plus un immense et dense réseau de localités avec lesquelles Ruiz fut en contact. Cette densité reflète bien le volume de l'information obtenue par la compagnie.
- 38 La correspondance de Simon Ruiz qui est conservée nous informe aussi des modes d'expédition des lettres : on les adressait par courrier ordinaire avec les marchandises en recourant à des courriers particuliers, par le biais des courriers du Consulat de Burgos, ceux des Nations marchandes ou des courriers royaux. Le courrier empruntait généralement la voie terrestre et exceptionnellement la voie maritime ou les deux voies à la fois. En cas d'urgence ou de nécessité impérative la compagnie passait des contrats spécifiques avec des messagers. De nombreuses lettres nous révèlent, grâce à des dessins, des marques ou des indications écrites, que certaines d'entre elles devaient être livrées à des estafettes précises tandis que d'autres étaient remises en main propre. Pour plus de 15 000 lettres est indiqué le prix de l'affranchissement. Des signes ou des textes signalent les lettres urgentes. Nous savons encore que les courriers de Simon Ruiz utilisaient un service de désinfection de lettres pour éviter les épidémies.
- 39 La date de réception et souvent celle de la réponse nous étant connues, nous pouvons évaluer les délais. Dans les GRAPHIQUES 3 et 4 j'ai donné les temps minimal, moyen et maximal des trajets les plus fréquents en regroupant les lieux d'origine espagnole d'un côté, étrangère de l'autre. Pour calculer les temps moyens je n'ai pas tenu compte de la correspondance expressément urgente afin d'éliminer toute possible distorsion. En négligeant les temps minimal et maximal qui correspondent aux singularités de certains envois, des lettres adressées délibérément avec grande rapidité et d'autres dont la livraison a été exceptionnellement retardée, l'analyse des temps moyens de la correspondance de Simon Ruiz est révélatrice de la géographie postale du XVI^e siècle. Les chiffres confirment la cartographie déjà connue des routes terrestres du XVI^e siècle. La proximité d'une voie très fréquentée par les courriers royaux et privés, par exemple les routes de Paris, Anvers ou Rome garantissait une réduction de temps en dépit de l'allongement du trajet. À ce facteur s'ajoutait celui de plus grande régularité de la répartition des lettres lorsqu'il s'agissait d'estafettes principales, ce qui a provoqué maintes protestations des marchands de Bruges à l'égard de l'estafette d'Anvers²⁸. Les délais correspondent à ceux dégagés jadis par Fernand Braudel qui a prouvé que les distances n'étaient pas aussi grandes qu'on ne l'avait cru²⁹. De même les délais sont sensiblement identiques à ceux que les guides postaux du XVIII^e siècle indiquent pour l'Espagne, preuve que le service postal utilisé par Simon Ruiz deux siècles plus tôt était perfectionné³⁰.
- 40 J'ai tenté d'examiner l'évolution des délais tout au long de la seconde moitié du XVI^e siècle. La durée de chaque route postale variait en fonction de la saison, des conflits et des épidémies. Les tensions rendent compte, en dehors de moments très concrets, du léger allongement des délais moyens des lettres arrivées à Medina del Campo depuis Anvers, Rouen, Lyon ou Florence à partir des années 1580. Au contraire les lettres reçues

de Lisbonne ou de diverses régions espagnoles arrivèrent plus vite qu'auparavant à leur destinataire. Cependant la tendance générale des délais moyens de la plupart des routes postales est au cours de la période à la stagnation.

- 41 Le prix de la correspondance reçue par Simon Ruiz varie beaucoup en fonction du système de courrier utilisé. J'ai, dans les GRAPHIQUES 5 et 6, représenté le prix moyen des envois de courrier normal, en écartant tous les urgents ou singuliers. On constate que les tarifs variaient non seulement du fait de la distance ou de l'existence d'un régime de poste développé mais aussi de l'intervention d'associés ou d'agents qui facilitaient ou diminuaient le coût de l'information. Un volume élevé de correspondance permettait aussi d'obtenir de meilleurs prix. Les cas de Rouen, Nantes, Lyon, Lisbonne ou Séville sont à cet égard révélateurs. Ainsi y a-t-il une cartographie de la transmission des nouvelles commerciales distinctes de celle concernant les souverains ou d'autres usagers du courrier. Un tel phénomène révèle l'existence d'une stratégie d'entreprise cherchant à comprimer les coûts de transaction tout en limitant les incertitudes pesant alors sur les affaires et de la sorte être plus compétitifs.
- 42 Le prix du courrier était généralement payé au lieu de destination. Cependant les archives de Simon Ruiz montrent que 603 lettres ont été affranchies au départ selon les mentions figurant sur l'enveloppe. C'est pourquoi associés et agents se faisaient rembourser, chaque année, par le siège de la compagnie, les frais de correspondance qu'ils avaient avancés. Ces sommes sont dans les livres de Ruiz inscrites dans les comptes de courrier. Ce système de paiement anticipé ne doit rien au hasard et peu à la modernité du courrier utilisé par les marchands castillans. Il est le fruit d'une stratégie d'entreprise : il s'agit de garantir que le courrier arrivera vite et surtout en toute sécurité. Une telle politique est aussi perceptible lorsque des lettres sont remises en main propre ou lorsque est payé un supplément afin de livrer le pli à une heure et un jour déterminés.
- 43 La correspondance du Consulat de Burgos et de Simon Ruiz révèle donc l'intensité de la circulation des nouvelles entre les entreprises commerciales espagnoles du XVI^e siècle. Les lettres contiennent une infinité d'informations depuis les données commerciales et financières concernant les affaires de la compagnie jusqu'aux questions d'ordre politique, personnel ou général : le prix des marchandises la cotation des monnaies et des changes, l'arrivée des flottes d'Amérique, l'organisation des flottes gagnant les Pays-Bas ou la France, la naissance d'un conflit, les attaques de pirates, etc. occupent beaucoup d'espace.
- 44 L'abondance des lettres et des lettres de change – et encore une partie d'entre elles seulement a été conservée – témoigne de l'efficacité de la circulation de l'information. Les marchands ou les institutions commerciales comme le Consulat de Burgos étaient parfaitement conscients de l'importance de disposer de fiables et rapides nouvelles. C'est pourquoi ils n'hésitèrent pas à investir dans le courrier.
- 45 De fait au XVI^e siècle fonctionnait un système de courriers développé ayant recours à des pratiques postales que l'on a longtemps cru postérieures. La cartographie de la correspondance de Simon Ruiz est également le reflet de l'espace commercial et financier de ses affaires³¹. La correspondance abonde là où (Lisbonne, Anvers, Rouen, Nantes, Lyon et Florence), se trouvaient de nombreux intérêts, associés, agents ou commissionnaires. La remarque peut être étendue aux marchés espagnols où étaient vendues les marchandises importées de l'étranger. Écrire tant de lettres n'était pas le fruit du hasard mais la conséquence d'une gestion d'entreprise soigneusement calculée. Le succès des affaires de Simon Ruiz en a dépendu.

- 46 L'efficacité de l'énorme et solide information utilisée par la compagnie est illustrée par les bénéfices obtenus pendant plusieurs années et tels que j'ai pu les reconstruire. Au GRAPHIQUE 7 figurent les résultats de l'examen de milliers de comptes provenant de quelques-uns des Livres de Comptabilité. L'analyse et l'évaluation – faites à partir des critères de la technique comptable actuelle, très différents de ceux de l'époque considérée qui relevaient d'une autre mentalité commerciale – m'ont permis d'étudier les bénéfices réalisés par Simon Ruiz entre 1569 et 1597, date de sa mort. On voit qu'en dépit des oscillations annuelles qui proviennent des archaïsmes des techniques comptables en vigueur (les comptes n'étaient pas arrêtés en fin d'année mais établis de manière aléatoire à divers moments), la compagnie obtint de façon presque continue des bénéfices.
- 47 L'énorme activité épistolaire de Ruiz et de ses employés (rappelons qu'il s'agit de 56 721 lettres et de 21 065 lettres de change conservées), se reflète dans les résultats positifs de l'entreprise. Génératrice d'une excellente information, elle est, me semble-t-il, l'un des facteurs de ce succès. Ces faits corroborent ce que recommandent aujourd'hui tous les théoriciens de l'économie d'entreprise. Et une circulation de l'information de cette nature, à en juger à partir des données à notre disposition, a été très semblable à celle développée par d'autres grandes compagnies commerciales et financières castillanes des XV^e et XVI^e siècles dont les archives ont été conservées : Bernuy, Salamanca, Maluenda, Gallo, Zamora, Daza, Astudillo, Polanco, Miranda, Aranda, Quintanadueñas, Castro, Orense, Cuellar, Lerma, Gaona, Pardo, Santamaría, Vitoria, Del Barco, Echávarri, Agurto, Del Río, Santa Cruz, Del Peso, etc.
- 48 Comme je l'ai déjà souligné, tous ces marchands ont pu disposer d'une bonne information grâce aux possibilités offertes par un réseau de caractère corporatif. Organisé depuis le Consulat de Burgos, celui-ci regroupait de nombreuses institutions installées dans diverses parties de l'Europe et un nombre considérable d'agents et d'informateurs dont l'une des fonctions consistait à assurer une circulation de l'information bonne, rapide et efficace. Aussi n'est-il pas surprenant que la perte de cohésion – propice à l'installation d'un climat de défiance – du système des colonies et nations marchandes castillanes à partir des années 1580, en raison des changements opérés dans les formes de commerce international et de conflits religieux, ait produit des dysfonctionnements dans la circulation de l'information. Cette mutation et d'autres raisons économiques, ont provoqué l'augmentation des coûts de transaction des entreprises espagnoles en compliquant leur gestion interne et en diminuant leur compétitivité. Le chemin de la décadence et de la disparition des réseaux marchands et financiers était ouvert³².

Les colonies commerciales castillanes en Europe (XV^e-XVI^e siècles)

Origine des lettres reçues par la compagnie de Simón Ruiz (1554-1630)

Graphique I : pourcentage des dépenses en courriers et messagers dans le total des dépenses du "Consulado de Burgos"

FONDS : Livres de Comptabilité du Consulado de Burgos.

H. Casado Alonso

Graphique II : Lettres reçues par la Compagnie de Simón Ruiz

Graphique III : temps de parcours de lettres étrangères reçues par la Compagnie de Simón Ruiz

Graphique IV : temps de parcours de lettres espagnoles reçues par la Compagnie de Simón Ruiz

Graphique V : prix moyen de l'affranchissement de la correspondance étrangère reçue par la Compagnie de Simón Ruiz dans la Medina del Campo

3. Pierre Sardella, *Nouvelles et spéculations à Venise au début du XVI^e siècle*, Paris, 1948 (Cahiers des Annales, I) ; Federico Melis, « Intensità e regolarità nella diffusione dell'informazione economica generale nel Mediterraneo e in Occidente alla fine del Medioevo », in *Histoire économique du monde méditerranéen 1450-1650. Mélanges en l'honneur de F. Braudel*, Toulouse, Privat, 1973. p. 389-424 ; Pierre Jeannin, « La diffusion de l'information », in Simonetta Cavaciocchi (ed.), *Fiere e Mercati nella integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII*, Firenze, Istituto Internazionale di Storia Economica « F. Datini » di Prato, 2001, p. 231-262 ; Jacques Bottin, « Négoce et circulation de l'information au début de l'époque moderne », in Muriel Le Roux (ed.), *Histoire de la poste. De l'administration à l'entreprise*, Paris, Presse de l'École normale supérieure, 2002. p. 41-54. Wolfgang Kaiser et Gilbert Butti (eds.), « Moyens, supports et usages de l'information marchandes à l'époque moderne », *Rives nord-méditerranéennes*, 27, 2007, Wolfgang Kaiser et Biagio Salvemini (eds.), « Informazioni e scelte economiche », *Quaderni Storici*, 24, 2007.
4. John J. McCusker et Cora Gravestein., *The Beginnings of Commercial and Financial Journalism. The Commodity Price Currents, Exchange Rate Currents, and Money Currents of Early Modern Europe*. Amsterdam, Nederlandsch Economisch-Historisch Archief, 1991. Leos Müller et Jari Ojala, *Business Information Flows. From Early Modern Correspondence to the Business Press*, Helsinki, SKS (Finska Litteratursällskapetets bibliotek), 2007.
5. Michael E. Porter, *Competitive Strategie*. New York, Free Press, 1980 ; Michael Porter et Victor E. Millar, «How Information Gives You Competitive Advantages», *Harvard Business Review*, 63, july 1985, p. 149-160 ; Mark Casson, *Information and Organization. A New Perspective on the Theory of the Firm*. Oxford, Clarendon Press, 1997 ; Richard Swedberg, *Principles of Economic Sociology*, Princeton, Princeton University Press, 2003.
6. Anthony Molho et Diogo Ramada Curto (eds), « Réseaux marchands » *Annales. Histoire, Sciences Sociales* (2003), n° 3. p. 567-672.
7. Frederic Mauro, « Merchant communities, 1350-1750 », in James D. Tracy (ed.), *The Rise of Merchant Empires. Long-distance trade in the early modern world, 1350-1750*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, p. 255-286 ; Jacques Bottin et Donatella Calabi (eds.), *Les étrangers dans la ville. Minorités et espace urbain du bas Moyen Âge à l'Époque moderne*, Paris, Éditions EHESS, 1999 ; William D. Rubenstein, « Entrepreneurial Minorities : A Typology », in M. Casson et A. Godley (eds.), *Cultural Factors in Economic Growth*, Berlin, Springer, 2000. p. 111-124. Peer Schmidt, « Les minorités religieuses européennes face à l'espace atlantique à l'époque moderne », in Horst Pietschmann (ed.), *Atlantic History. History of the Atlantic System, 1580-1830*, Göttingen, Vandenhoeck and Ruprecht, 2002. p. 83-96.
8. Hilario Casado Alonso, *El Triunfo de Mercurio. La presencia castellana en Europa en los siglos XV y XVI*, Burgos, Cajacirculo, 2003.
9. Mark Casson, *Information and Organization* [...] op. cit., p. 117-145.
10. Voir Douglas C. North, « Institutions, transaction cost, and the rise of merchants empires » in James D. Tracy (ed.), *The Rise of Merchant* [...] op. cit., p. 22-40 ; Giorgio Doria, «Conoscenza del mercato e sistema informativo: il Know-how dei mercanti-finanzieri genovesi nei secoli XVI e XVII », in Aldo de Maddalena et Hermann Kellenbenz (eds.), *La repubblica internazionale del denaro tra XV^e e XVII secolo*, Bologna, Il Mulino, 1986, p. 57-121 ; Avner Greif, *Institutions and the Path to the Modern Economy. Lessons from Medieval Trade*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006.
11. Hilario Casado Alonso, *El Triunfo de Mercurio* [...], op. cit. ; Hilario Casado Alonso, « Las colonias de mercaderes castellanos en Europa en los siglos XV y XVI », in Hilario Casado Alonso (ed.), *Castilla y Europa. Comercio y mercaderes en los siglos XIV, XV y XVI*, Burgos, Diputación Provincial de Burgos, 1995. p. 15-56.
12. Alberto Marcos Martín, *España en los siglos XVI, XVII y XVIII. Economía y sociedad*, Barcelona, Critica, 2000 ; Francisco Comín, Mauro Hernández et Enrique Llopis (eds.), *Historia económica de España. Siglos X-XX*, Barcelona, Crítica, 2002.

13. Hilario Casado Alonso, « Medina del Campo Fairs and The Integration of Castile into 15th to 16th Century European Economy », in Simonetta Cavaciocchi (ed.), *Fiere e Mercati nella Integrazione* [...], op. cit., p. 495 – 517.
14. Betsabé Caunedo del Potro, *Mercaderes castellanos en el golfo de Vizcaya (1475-1492)*, Madrid, Universidad Autónoma, 1983 ; Hilario Casado Alonso, « El Comercio internacional burgalés en los siglos XV y XVI », in *Actas del V Centenario del Consulado de Burgos*, Burgos, Diputación Provincial de Burgos, 1994. Vol. I. p. 175 – 247.
15. André Vandewalle, « Bruges et la péninsule ibérique », in Valentin Vermeersch (dir.), *Bruges et l'Europe*, Anvers, Fonds Mercator, 1992. p. 159-181 ; Hilario Casado Alonso, « Bruges, centre d'échanges avec l'Espagne », in André Vandewalle (ed.), *Les marchands de la Hanse et la banque des Médicis. Bruges, marché d'échanges culturels en Europe*, Oostkamp, Sticchting Kunsboeck, 2002. p. 51-57 ; Jan Albert Goris, *Étude sur les colonies marchandes méridionales (Portugais, Espagnols, Italiens) à Anvers de 1488 à 1567*, Louvain, Librairie Universitaire, 1925 ; Raymond Fagel, *De Hispano-Vlaamse Wereld. De contacten tussen Spanjaarden en Nederlanders, 1496-1555*, Bruxelles, Archives et Bibliothèques de Belgique, 1996.
16. Michel Mollat du Jourdin, *Le commerce maritime normand à la fin du Moyen Âge*, Paris, Plon, 1952 ; Christiane Demeulenaere-Douyère, « Les Espagnols et la société rouennaise au XVI^e siècle », *Études Normandes*, 3 (1981), p. 65-83 ; Jean Tanguy, *Le commerce du port de Nantes au milieu du XVI^e siècle*, Paris, A. Colin, 1956 ; Jacques Bernard, *Navires et gens de mer à Bordeaux (vers 1400- vers 1550)*. Paris, SEVPEN, 1968 ; Hilario Casado Alonso, « Le commerce des “marchandises de Bretagne” avec l'Espagne au XVI^e siècle », *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest*, Vol. 107, n° 2, 2000, p. 29-50 ; Francis Brumont, « La commercialisation du pastel toulousain (1350-1600) », *Annales du Midi*, n° 205 (1994), p. 25-40 ; Hilario Casado Alonso, « Le Rôle des Marchands castillans dans la commercialisation internationale du Pastel toulousain (XV^e et XVI^e siècles) », in Dominique Cardon, Hansjürgen E. Müllerott, Bouchara Bemjelloun, Francis Brumont et Michel. Delmas (eds.), *Woad, Indigo and others Natural Dyes: Past, Present and Future*, Arnstadt, Thüringer Chronik-Verlag, 1998. p. 65-70 ; Hilario Casado Alonso, « La gestion d'une entreprise de commercialisation du pastel toulousain au début du XVI^e siècle », *Annales du Midi*, Vol. 113, n° 236, 2001. p. 457-479.
17. Wendy R. Childs, *Anglo-Castilian Trade in the Later Middle Ages*, Manchester, Manchester University Press, 1978.
18. Antonio Augusto Marques de Almeida, *Capitais e capitalistas no comércio da especiaria. O eixo Lisboa-Antuérpia (1501-1549). Aproximação a um estudo de geofinança*, Lisboa, Cosmos, 1993 ; Isabel R. M. Mendes Drumond Braga, *Um Espaço, Duas Monarquias (Interrelações na Península Ibérica no Tempo de Carlos V)*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, 2001 ; Hilario Casado Alonso, « Relaciones comerciales entre Portugal y Castilla (ca. 1475-ca. 1550): algunas reflexiones e hipótesis de investigación », in *D. Manuel e a sua época. III Congresso Histórico de Guimarães*, Guimarães, Camara Municipal, 2004, Vol. III, p. 9-26.
19. Bruno Dini, *Saggi su una economia-mondo : Firenze e l'Italia fra Mediterraneo ed Europa (sec. XIII-XV)*, Pisa, Pacini, 1995.
20. « mandamos que los dichos fatores de los dichos mercaderes de la dicha ciudad de Burgos sean obligados a venir a la dicha ciudad de Burgos dar las cuentas de las mercaderias e haziendas que les fuessen encomendados a sus amos y esten en la dicha ciudad ante los dichos Prior y Consules a derecho sobre las deudas que de las dichas cuentas se recrecieren aunque los dichos fatores sean e bivan fuera de la jurisdicion de la dicha ciudad e sean casados fuera della antes o después que tienen las dichas fatorias ».
21. « Esto mismo mandamos que se haga cerca de las cuentas pasadas de seys años a esta parte, e porque los dichos mercaderes e fatores y los consules pasados que estan en el Condado de Flandes y en Enberes y en La Rochela y en Nantes y en Londres y en Florencia, sean obligados a las embiar a la dicha ciudad de Burgos dentro de seys meses desde el dia que alla les fuere notificado a los

dichos prior y consules para que ellos las trayan a la dicha feria de Medina, para que alli se vean e lo que hallaren en mal gastado lo fagan restituyr segun dicho es... ».

22. Manuel Basas Fernández, *El Consulado de Burgos en el siglo XVI*, Madrid, CSIC, 1963. p. 68-80.

23. Manuel Basas Fernández, *El Consulado de Burgos* [...], op. cit., p. 71-78 ; María Montáñez Matilla, *El correo en la España de los Austrias*, Madrid, CSIC, 1953.

24. *Archives de la Ville de Bruges*, Spaans Consulat. XII-395 (Dossiers Divers) et XII-404 (Libro de Ayuntamientos del Consulado de España, 1502-1522. f.38).

25. *Archivo Histórico Provincial de Valladolid*, Simón Ruiz. Correspondance, 149/040.

26. Henri Lapeyre, *Simón Ruiz et les « asientos » de Philippe II*, Paris, SEVPEN, 1953 ; Henri Lapeyre, *Une famille des marchands, Les Ruiz*, Paris, A. Colin, 1955 ; José Gentil da Silva, *Stratégie des affaires à Lisbonne entre 1595 et 1607*, Lettres marchandes des Rodrigues d'Evora et Viega. Paris, SEVPEN, 1956 ; José Gentil da Silva, *Marchandises et finances. Lettres de Lisbonne, (1563-1578)*, 2 vols, Paris, SEVPEN, 1959 y 1961 ; Valentín Vázquez de Prada, *Lettres marchandes d'Anvers*. Paris, SEVPEN, 1960 ; Felipe Ruiz Martín, *Lettres marchandes échangées entre Florence et Medina del Campo*, Paris, SEVPEN, 1965.

27. L'étude des marques postales a été publiée par Fernando Alonso García, *El correo en el Renacimiento europeo. Estudio postal del Archivo Simón Ruiz, 1553-1639*, Madrid, Fundación Museo de las Ferias, 2004.

28. Louis Gilliodts van Severen, *Cartulaire de l'ancien Consulat d'Espagne à Bruges*, Bruges, Imprimerie de Louis de Plancke, 1901, p. 402.

29. Fernand Braudel, *La Méditerranée et le monde méditerranéen* [...], op. cit., p. 333-340.

30. *Reglamento general expedido por S. M. en 23 de abril de 1720 para la dirección y gobierno de los oficios de Correo mayor y postas de España, en los viajes que se hixieron*. Madrid, 1720 ; Pedro Rodríguez de Campomanes, *Itinerario de las carreras de posta de dentro y fuera del Reyno*, Madrid, Ministerio de Fomento, 2002 (Facs. Ed. 1761) ; Santos Madrazo Madrazo, « La trascendencia de las rutas de transporte en la España moderna », in Angel Vaca Lorenzo (ed.), *La formación del espacio histórico : Transportes y comunicaciones*, Salamanca, Universidad, 2001, p. 178-180 ; José Jurado Sánchez, « La red postal de Andalucía en el siglos XVIII », in Angel Bahamonde Magro et al. (eds.), *La comunicaciones entre Europa y América : 1500-1993*, Madrid, Ministerio de Obras Públicas, 1995, p. 99-111.

31. Henri Lapeyre, *Une famille de marchands* [...], op. cit. ; Hilario Casado Alonso, « Crecimiento económico y redes de comercio interior en la Castilla septentrional (siglos XV y XVI) », in José Ignacio Fortea Pérez (ed.), *Imágenes de la diversidad. El mundo urbano en la Corona de Castilla (S. XVI-XVIII)*, Santander, Universidad, 1997, p. 283-322 ; Hilario Casado Alonso, « Le commerce des "marchandises de Bretagne" avec l'Espagne au XVI^e siècle », *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest*, Vol. 107, n° 2, 2000, p. 29-50 ; Ricardo Rodríguez González, *Mercaderes castellanos del Siglo de or*, Valladolid, Universidad, 1995.

32. Hilario Casado Alonso, *El Triunfo de Mercurio* [...], op. cit., p. 163-184.

AUTEUR

HILARIO CASADO ALONSO

Université de Valladolid, histoire économique