Mobilité et cosmopolitisme marchands. Les enseignements de la colonie française de Cadix (XVIII^e - XIX^e siècles)

Arnaud Bartolomei

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/cdlm/6380>

DOI : 10.4000/cdlm.6380

ISSN : 1773-0201

Éditeur

Centre de la Méditerranée moderne et contemporaine

Édition imprimée

Date de publication : 15 juin 2012

Pagination : 65-84

ISBN : 978-2-914-561-58-7

ISSN : 0395-9317

Référence électronique

Arnaud Bartolomei, « Mobilité et cosmopolitisme marchands. Les enseignements de la colonie française de Cadix (XVIII^e - XIX^e siècles) », *Cahiers de la Méditerranée* [En ligne], 84 | 2012, mis en ligne le 15 décembre 2012, consulté le 07 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cdlm/6380> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cdlm.6380>

Mobilité et cosmopolitisme marchands. Les enseignements de la colonie française de Cadix (XVIII^e - XIX^e siècles)

Arnaud BARTOLOMEI

Le présent article entend analyser, à l'aune de l'exemple de la colonie française de Cadix, deux traits de la culture du marchand européen de l'époque moderne qui, parce qu'ils sont communément considérés comme relevant de l'évidence, ont été plus souvent postulés que réellement discutés : la mobilité et le cosmopolitisme. Forgés, en premier lieu, par les auteurs moralistes de l'époque, ces représentations de la mobilité et du cosmopolitisme marchands ont franchi les siècles et trouvent encore aujourd'hui un large écho dans une historiographie des échanges interculturels et des circulations internationales particulièrement attentive aux processus de médiation et de métissage, et à leurs acteurs – parmi lesquels le marchand étranger apparaît comme la figure la plus aboutie¹. Aussi, malgré le fait que l'on ne décrirait plus forcément aujourd'hui le marchand comme celui qui privilégie son « intérêt particulier sur l'intérêt collectif »², celui qui ne demeure dans un lieu « que pour [son] intérêt personnel »³ ou qui est une sorte d'« étranger dans sa patrie », « nécessairement citoyen d'aucun pays »⁴, de telles représentations continuent-elles d'irriguer, plus ou moins implicitement, les discours tenus sur les marchands de l'Europe moderne. Il est ainsi commun de l'appréhender comme un être nomade par opposition au monde figé et immobile de la terre ; comme une sorte d'apatride, affranchi des frontières, des États et des nations, pour lequel les différences de langue et de culture ne représentent jamais un obstacle à la bonne marche de ses affaires ; un sujet souverain n'hésitant pas à pratiquer la

1. Voir par exemple Ana Crespo Solana (dir.), *Comunidades transnacionales. Colonias de mercaderes extranjeros en el Mundo Atlántico (1500-1830)*, Madrid, Ediciones Doce Calles, 2010.
2. C'est par exemple la vision qu'en ont les caméralistes allemands étudiés par Guillaume Garner (« Commerce et mobilité dans la littérature administrative en Allemagne au XVIII^e siècle », dans Albrecht Burkardt (dir.), *Commerce, voyage et expérience religieuse (XVI^e - XVIII^e siècle)*, Rennes, PUR, 2007, p. 48).
3. C'est en ces termes que Pierre-Léopold de Toscane évoque la « classe des marchands » (cité dans Samuel Fettah, « Le Prince contre le négociant ? Le négoce livournais vu par le pouvoir toscan du XVIII^e siècle », dans Albrecht Burkardt (dir.), *Commerce, voyage et expérience religieuse...*, op. cit., p. 468).
4. Ces deux dernières citations, de Quesnay et d'Adam Smith, dans Renaud Morieux, *Une mer pour deux royaumes. La Manche, frontière franco-anglaise (XVII^e - XVIII^e siècles)*, Rennes, PUR, 2008, p. 334.

contrebande ou à frauder, y compris en trichant sur sa propre identité, sans aucun scrupule moral⁵. En définitive, le marchand ainsi dessiné par petites touches apparaît comme un être à la fois mobile et cosmopolite – « désencastré » au sens polanyien du terme –, un être pour lequel ni travailler chez l'autre, ni travailler avec l'autre ne saurait *a priori* représenter une quelconque difficulté.

La réalité mise en évidence par les travaux que nous avons menés sur la colonie française de Cadix à la fin du XVIII^e siècle amène cependant, si ce n'est à récuser un tel portrait, tout du moins à le nuancer et à le discuter⁶. Durant les trois décennies charnières entre le XVIII^e et le XIX^e siècle, les marchands français de Cadix se trouvèrent en effet confrontés à une succession de crises politiques et commerciales qui éprouvèrent, tour à tour ou simultanément, leur attachement à un lieu qui ne leur offrait plus aucun des avantages qui les avaient amenés à s'y installer et à une identité nationale, française, qui devint, le temps des deux guerres franco-espagnoles de 1793-1795 et 1808-1814, une contrainte pour leurs négoce et non plus un atout. Or, dans un tel contexte, loin de se comporter comme on aurait pu l'attendre de la part d'êtres *mobiles* et *cosmopolites* – abandon d'une place en crise, renoncement à une citoyenneté contraignante – ils se distinguèrent, au contraire, par leur maintien à Cadix et le renouvellement constant de leur allégeance envers la France.

Ainsi, si les marchands français de Cadix travaillaient bien chez l'autre – puisqu'ils résidaient en Andalousie, à plusieurs centaines de kilomètres de leur pays natal – et, dans une large mesure, avec l'autre – puisque une part importante de leurs affaires s'effectuait avec des marchands qui leur étaient étrangers –, leur expérience singulière, que nous rappellerons plus en détails dans un premier temps, n'en appelle pas moins à reconsidérer à nouveaux frais les rapports qu'entretenaient les marchands avec les territoires qu'ils habitaient et les identités dont ils étaient porteurs.

La colonie française de Cadix à la fin du XVIII^e siècle : enracinement et attachement identitaire

La colonie française de Cadix s'est formée dans la seconde moitié du XVII^e siècle et elle comptait déjà plusieurs dizaines de membres au début du siècle suivant.

5. Retenons ici quelques exemples relevés, au hasard et sans aucune prétention à l'exhaustivité, dans la littérature récente : « Il est clair que la structure du négoce est internationale et s'affranchit assez facilement des impératifs territoriaux : les marchands sont gyrovagues » (Renaud Morieux, *Une mer pour deux royaumes...*, *op. cit.*, p. 334) ; « le commerçant [...] est pluriséculairement au centre de la trame des procès de mobilité. Son utilité, ses pratiques l'opposent au monde de l'immobile et de la terre » (Daniel Roche, *Humeurs vagabondes. De la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*, Paris, Fayard, 2003, p. 286) ; « à l'époque moderne, les commerçants constituent l'un des groupes les plus marqués par la mobilité, leur métier même l'imposait » (Albrecht Burkardt, « Introduction », dans *Commerce, voyage et expérience religieuse...*, *op. cit.*, p. 12).
6. Arnaud Bartolomei, *La Bourse et la vie. Destin collectif et trajectoires individuelles des marchands français de Cadix, de l'instauration du comercio libre à la disparition de l'empire espagnol (1778-1824)*, thèse de doctorat en histoire, Université de Provence, 2007.

Deux facteurs ont plus particulièrement contribué à la formation de cette communauté marchande : le renforcement des positions qu'occupait Cadix au sein de la *Carrera de Indias*, et notamment l'obtention du monopole de la navigation coloniale espagnole (1680), d'une part, la montée en puissance des manufactures françaises et la prépondérance qu'elles acquièrent dans la constitution des chargements des flottes des Indes, d'autre part⁷. Dans le contexte d'un essor des relations commerciales entre les provinces industrielles françaises – la Bretagne et la Normandie, pourvoyeuses de toiles, le Lyonnais et le Languedoc, pour les soieries, les provinces du Nord, pour les draperies – et l'Espagne, les négociants français éprouvèrent en effet le besoin d'installer des filiales à Cadix dont les principales fonctions étaient la réception des marchandises expédiées depuis la France, leur placement à Cadix auprès des *cargadores* habilités à pratiquer le commerce colonial et l'acquisition, en retour, des « fabuleux métaux » et des denrées coloniales américaines. Les raisons qui amenèrent ces derniers à choisir leurs correspondants parmi des compatriotes récemment installés plutôt qu'à faire appel à des négociants espagnols ou étrangers bien implantés à Cadix sont en revanche plus difficiles à déterminer. Jacques Savary constate, sans réellement l'expliquer, que « les bonnes familles de négociants de Paris ne se servent jamais de commissionnaires, et envoient leurs enfants, leurs frères ou autres parents demeurer actuellement sur les lieux pour faire le négoce » et que les Hollandais, les Anglais et les Italiens agissent de même et « ne se confient jamais qu'à eux-mêmes pour régir et gouverner leur commerce »⁸. Si l'on en croit Savary, c'est donc parce qu'ils ne voulaient pas travailler avec d'autres qu'« eux-mêmes » que les négociants français et, plus généralement, européens, installèrent des filiales en Espagne – chez les autres –, filiales qu'ils confièrent de préférence à des parents ou des compatriotes en qui ils avaient confiance.

Au cours du siècle suivant, et notamment dans sa seconde moitié, les modalités de la présence française changèrent profondément, les établissements correspondant au modèle de la filiale familiale exécutant des ordres pour le compte d'une maison-mère demeurée en France s'effaçant au profit de nouvelles formes. La colonie française tendit ainsi à se démocratiser et, aux côtés des quelques grandes familles anciennement installées, se développa tout un tissu de petits comptoirs et de grosses boutiques, tenus par des marchands de moindre envergure, souvent béarnais, venus tenter leur chance à Cadix. En outre, on constate un puissant phénomène d'autonomisation des filiales gaditanes vis-à-vis de leurs maisons-mères : des compagnies appartenant à l'élite de la nation, comme celles des Fornier, des Solier ou des Magon, ou à des catégories situées plus bas dans la hiérarchie mercantile de la place, comme le petit établissement d'Antoine Grandjean, acquièrent une plus grande liberté d'action vis-à-vis de leurs commanditaires⁹. Enfin, les règles de l'échange avec les *cargadores* évoluèrent au cours de la seconde moitié du siècle

7. Albert Girard, *Le commerce français à Séville et à Cadix au temps des Habsbourg. Contribution à l'étude du commerce des étrangers en Espagne aux XVI^e - XVII^e siècles*, Paris, De Boccard, 1932.

8. Cité dans *ibid.*, p. 464.

9. Arnaud Bartolomei, *La Bourse et la vie...*, *op. cit.*, p. 177 sq.

et les marchands espagnols, qui n'avaient souvent été jusque-là que de simples prête-noms pour les négociants étrangers, eurent tendance à s'émanciper de cette tutelle pesante et à commercer plus souvent pour leur propre compte¹⁰. Pourtant, la fonction d'intermédiation dévolue aux marchands français de Cadix, entre les producteurs et consommateurs européens, d'une part, et les acteurs espagnols du commerce colonial – les *cargadores* – d'autre part, ne disparut pas et la colonie française de la ville connut même un essor spectaculaire à cette époque : à la veille de la Révolution française, le nombre de comptoirs et de boutiques en activité dans la ville dépassait la centaine et plus de cinq cents personnes, presque toutes originaires du nord des Pyrénées, y travaillaient¹¹. Les *cargadores*, en dépit de leurs velléités d'autonomie, n'étaient pas parvenus à établir des relations directes avec les producteurs européens et la colonie française, de son côté, avait su s'adapter aux transformations structurelles du commerce colonial de Cadix et était parvenue à tirer pleinement profit du climat favorable qui régnait entre les deux couronnes Bourbons ainsi que de la croissance générale des échanges transatlantiques.

Cette conjoncture favorable s'inversa cependant dans les deux dernières décennies du siècle. Si les réformes du *comercio libre* de 1778, dont l'objectif affiché était de démanteler le monopole dont bénéficiait Cadix afin d'ouvrir le commerce colonial espagnol à des provinces moins soumises à la tutelle étrangère, n'affecta finalement qu'assez peu la place de Cadix et ses communautés étrangères, les diverses réformes douanières décrétées dans ces mêmes années contribuèrent largement à affaiblir la part que représentaient les manufactures françaises dans les exportations aux Indes. Après 1789, la situation des Français se dégrada beaucoup plus radicalement encore : dans le contexte de réaction que provoqua la Révolution française en Espagne, ils furent l'objet de nombreuses mesures vexatoires et furent finalement expulsés du pays en 1793, lorsqu'éclata la guerre de la Convention. Le retour de la paix, deux années plus tard, permit bien aux négociants français de revenir en nombre à Cadix mais le retournement des alliances qui lui fit suite provoqua très rapidement un nouveau conflit, contre le Royaume-Uni cette fois, et se traduisit, du fait de la supériorité maritime de ce dernier, par l'interruption des échanges entre l'Espagne et ses colonies. Par la suite, la situation des marchands français de Cadix continua d'empirer puisque l'intervention napoléonienne en Espagne entraîna de nouveau de sévères représailles à leur égard. Le processus d'émancipation des colonies américaines, qui s'affirma après 1810 et qui se termina avec la défaite espagnole d'Ayacucho en 1824, acheva de marginaliser la place de Cadix dans les circuits du commerce transatlantique.

Pourtant, en dépit de la violence de ces crises politiques et commerciales, la colonie française de Cadix fit preuve d'une indéniable résistance. En 1808, à la veille de l'intervention napoléonienne, plus de trois cents marchands français exerçaient dans la place¹². Le déclin numérique est certes indiscutable mais il ap-

10. Manuel Bustos Rodríguez, *Cádiz en el sistema atlántico. La ciudad, sus comerciantes y la actividad mercantil (1650-1830)*, Madrid, Sílex, 2005, p. 172 sq.

11. Arnaud Bartolomei, *La Bourse et la vie...*, op. cit., p. 303 sq.

12. *Ibid.*

paraît peu en phase avec l'évolution du commerce colonial de Cadix, qui fut quasiment anéanti à partir de 1797 et le demeura, à l'exception des trois années de la Paix d'Amiens, jusqu'en 1808. En outre, l'étude des trajectoires individuelles des négociants demeurés à Cadix après 1796 révèle que le déclin numérique de la colonie ne fut pas causé par le départ de négociants abandonnant une place désolée par le blocus britannique, ni par la dissolution d'une communauté française vieillissante et de mieux en mieux intégrée à la société espagnole locale. Le plus souvent, les marchands français ne quittèrent pas la ville pour tenter leur chance ailleurs et ils y demeurèrent au contraire, en dépit de la crise, jusqu'à leur mort ou jusqu'à ce qu'ils en soient chassés par des mesures de représailles. En outre, malgré la durée extrêmement longue de leurs séjours en Andalousie, la réalité de leur enracinement dans la ville et la dégradation des conditions offertes aux ressortissants français, seule une petite partie d'entre eux s'engagea dans un processus de renoncement à la citoyenneté française et se naturalisa¹³.

Ce sont donc la conjoncture politique, d'une part, le tarissement des flux migratoires qui avaient constamment assuré le renouvellement et la croissance de la présence marchande française en Andalousie au XVIII^e siècle, d'autre part, qui provoquèrent le déclin de la colonie et non les décisions des marchands français de quitter la ville ou de renoncer à leur citoyenneté d'origine. Cette expérience singulière d'individus qui, dans l'adversité, se révélèrent attachés tant à leur lieu de résidence qu'à leur identité nationale nous invite donc à questionner la réalité du nomadisme et du cosmopolitisme que l'on associe habituellement aux marchands de l'Europe moderne.

La mobilité marchande

Comme nous l'avons rappelé en introduction, le marchand européen de l'époque moderne a souvent été décrit comme un être mobile, un voyageur, voire un individu gyrovague. Cette représentation s'inscrit pourtant largement en porte-à-faux avec toute une littérature historique, non moins importante, qui a entériné l'idée que, de nomade au Moyen Âge, le marchand était devenu sédentaire à l'époque moderne en recourant, pour ce faire, à des outils tels que la correspondance commerciale, la comptabilité en parties doubles ou la lettre de change qui lui permettaient de s'affranchir de l'obligation de suivre ses marchandises¹⁴. Ces deux discours, en apparence contradictoires, peuvent cependant s'accorder dès lors que

13. Quinze *cartas de naturaleza* ont été octroyées à des marchands français de Cadix entre 1791 et 1815 (Archivo General de Indias, Indiferente General, liasse 1536).

14. Ce point de vue défendu, par exemple, par Jacques Le Goff (*Marchands et banquiers du Moyen Âge*, Paris, PUF, 1980 [1^{re} éd. : 1956]) ou Charles Carrière (*Négociants marseillais au XVIII^e siècle. Contribution à l'étude des économies maritimes*, Marseille, Institut historique de Provence, 1973, vol. 2, p. 737), a été en revanche discuté et nuancé par Pierre Jeannin qui constate à propos des marchands anglais de Bordeaux au XVI^e que ceux-ci n'étaient « ni constamment itinérants ni complètement sédentarisés » (« Les pratiques commerciales des colonies marchandes étrangères dans les ports français (XVI^e - XVIII^e siècles) », dans Louis M. Cullen et Paul Butel (dir.), *Négoce et industrie en France et en Irlande aux XVIII^e et XIX^e siècles*, Bordeaux, Éd. du CNRS, 1980, p. 12).

l'on prend garde de préciser la mobilité dont on parle : s'agit-il d'installations définitives à l'étranger, de voyages occasionnels ou d'incessantes pérégrinations ? De la mobilité des hommes ou de celle de leur entreprise, le comptoir ?

Si l'on parle de la mobilité quotidienne des marchands, celle qui s'effectue dans le cadre de voyages d'affaires, il est clair qu'elle a probablement fortement diminué par rapport aux périodes antérieures du bas Moyen Âge et de la première modernité, tout en demeurant suffisamment importante pour que les commerçants puissent continuer à être légitimement considérés comme constituant « l'un des groupes les plus marqués par la mobilité » de leur époque¹⁵. En fait, la littérature sur le sujet, dorénavant suffisamment étayée pour que l'on puisse dégager quelques conclusions de portée générale, permet de distinguer des situations très diverses au sein du groupe des marchands. De fait, les historiens préfèrent nuancer le tableau d'ensemble en fonction de critères spécifiques tels que l'âge ou le niveau économique des individus considérés. Ainsi, les jeunes et les négociants dotés d'un faible crédit auraient été plus tenus de se déplacer – pour se former ou pour établir et consolider leurs réseaux d'affaires – que des négociants importants et installés, dont la notoriété était large¹⁶. D'autres critères, sectoriels par exemple, pouvaient également influencer : un négociant en soieries, tel que Joseph Guérin, qui s'approvisionnait à l'occasion des grandes foires, était tenu de s'y rendre chaque année pour apprécier personnellement les qualités des matières premières mises sur le marché¹⁷. Trois raisons, qui motivaient en premier lieu la mobilité marchande, peuvent ainsi être distinguées : la formation du jeune négociant¹⁸, l'établissement de partenariats commerciaux nouveaux, ou la consolidation de partenariats plus anciens¹⁹ et, enfin, l'accomplissement de tâches marchandes qu'il était difficile de confier à des tiers – comme l'appréciation de la qualité de marchandises à acquérir, l'obtention d'informations devant rester confidentielles, la réalisation d'opérations de recouvrements délicates ou la défense d'intérêts dans des litiges lourds. Dans des secteurs, enfin, où il était indispensable de prospecter continuellement de nouveaux marchés ou d'entretenir des liens étroits avec une clientèle large et dispersée – comme celui de la vente du vin de champagne, par exemple –, la pratique se répandit, dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, d'employer des agents spécialement dédiés à de telles tâches que les négociants trouvaient trop ingrates : les commis voyageurs²⁰.

15. Albrecht Burkardt, « Introduction », dans *id.* (dir.), *Commerce, voyage et expérience religieuse...*, *op. cit.*, p. 12.

16. Charles Carrière, *Négociants marseillais...*, *op. cit.*, p. 737. Jacques Bottin, « La présence flamande à Rouen : l'hôte, l'auberge, la maison », dans Jacques Bottin et Donatella Calabi (dir.), *Les étrangers dans la ville*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme de Paris, 1999, p. 287.

17. Serge Chassagne, « Les voyages d'un marchand de soie catholique à la fin du XVIII^e siècle. Joseph-Marie Guérin », dans Albrecht Burkardt (dir.), *Commerce, voyage et expérience religieuse...*, *op. cit.*, p. 101.

18. Franco Angiolini et Daniel Roche (dir.), *Cultures et formations négociantes dans l'Europe moderne*, Paris, Éd. de l'EHESS, 1995.

19. Voir le voyage du jeune négociant François Barrois, relaté dans Jean-Pierre Hirsch, *Les deux rêves du commerce. Entreprise et institution dans la région lilloise (1780-1860)*, Paris, Éd. de l'EHESS, 1991, p. 61-70.

20. Benoît Musset, « L'expérimentation d'une nouvelle pratique commerciale : la maison Moët

En définitive, les différents témoignages sur la mobilité marchande peuvent s'accorder dans un schéma d'ensemble qui identifie une norme – la sédentarité des négociants et la gestion de leurs affaires par l'intermédiaire de correspondants ou d'agents – et des situations intersticielles, dans lesquelles la mobilité est nécessaire. Soulignons enfin que ce schéma, établi à partir des références disponibles dans une historiographie encore peu structurée, est très largement validé par nos propres travaux portant sur la colonie française de Cadix : on constate en effet une forte mobilité chez les jeunes négociants – qu'il s'agisse de jeunes Français venant à Cadix pour s'y former ou y assurer la gestion de la commandite familiale ou des fils des négociants français de Cadix qui se rendent à l'étranger pour le même genre de raisons ; puis, une tendance à sa diminution chez les individus plus expérimentés, qui ne se déplacent plus qu'à l'occasion de voyages d'affaires suscités par de gros litiges commerciaux.

C'est donc sur la seconde sorte de mobilité, non pas celle des hommes mais de leurs établissements, que l'expérience des marchands français de Cadix est le plus susceptible d'infléchir le point de vue communément admis. La littérature morale et politique de l'époque, on l'a déjà dit, n'hésitait pas à stigmatiser l'utilitarisme de négociants, étrangers notamment, présumés ne s'installer en un lieu et n'y demeurer que le temps d'y faire fortune. Or, c'est précisément cette image de négociants peu « attachés » aux territoires sur lesquels ils exercent qui est contredite de façon frontale par les trajectoires qu'ont suivies les centaines de négociants français de Cadix qui, en dépit de l'ampleur des difficultés auxquelles ils étaient confrontés localement, demeurèrent, tant qu'ils le purent, dans la ville. Qu'est-ce qui a motivé de tels choix ? Nous remarquerons d'abord que leur sédentarité ne peut s'expliquer ni par leur intégration à la société gaditane – phénomène qui est demeuré limité à quelques cas comme nous l'avons déjà souligné –, ni par leur capacité à s'adapter et à surmonter la crise commerciale, puisque les multiples initiatives prises à cet effet s'avérèrent très insuffisantes pour maintenir le niveau de leurs profits commerciaux²¹.

Le facteur qui joua un rôle déterminant dans leur décision de rester à Cadix semble donc résider ailleurs : à savoir dans leur difficulté à envisager la possibilité même d'une installation dans une autre place. Pour expliquer une telle inaptitude à la mobilité, plusieurs pistes doivent être explorées qui toutes nous ramènent cependant à une même réalité : leur sédentarité doit être mise en lien avec la nature de leur capital, qu'il soit matériel ou immatériel. L'étude de leurs bilans commerciaux révèle ainsi que l'essentiel de leurs actifs consistait en des valeurs difficilement mobilisables dans une autre ville que Cadix. C'est le cas des stocks de marchandises, par exemple, qui, constitués dans la perspective d'être écoulés *in fine* sur les marchés coloniaux américains, auraient eu plus de mal à être placés ailleurs : or, partir en les laissant à un tiers, lui-même embarrassé par ses propres stocks dans le contexte d'un marché déprimé par la crise, revenait peu

d'Épernay et ses commis voyageurs (1790-1815) », *Entreprises et Histoire*, numéro spécial « Les commis voyageurs : acteurs et témoins de la Grande Transformation », n° 66, avril 2012, p. 103-112.

21. Arnaud Bartolomei, *La Bourse et la vie...*, *op. cit.*, p. 465-469.

ou prou à y renoncer définitivement. Il en est de même pour les créances actives, possédées sur les *cargadores* de Cadix, qui constituaient le premier poste au bilan des négociants français : comment auraient-elles pu donner lieu à des recouvrements satisfaisants alors même que les débiteurs n'ont l'habitude de s'exécuter – y compris en temps de prospérité – que lorsqu'ils y sont régulièrement pressés par leurs créanciers²² ? La réalité du patrimoine matériel des marchands français faisait donc obstacle à leur départ et les retenait en Andalousie. D'autres facteurs, peut-être plus déterminants encore, contribuaient également à entraver leur mobilité. En premier lieu la nature même des réseaux dans lesquels ils étaient insérés tant localement qu'internationalement. En Europe, les marchands français de Cadix étaient les correspondants de tous les négociants européens situés dans les régions manufacturières qui approvisionnaient habituellement la *Carrera de Indias* en produits textiles – Silésie, Bretagne, Lyonnais et nord de la France en premier lieu. Souvent, les produits qu'ils plaçaient à Cadix n'avaient d'autres débouchés internationaux que celui-ci et leurs réseaux de correspondants ne leur auraient donc été que d'une faible utilité dans une autre place. De même, l'ensemble des savoir-faire et des connaissances techniques qu'ils avaient accumulés dans le commerce des produits qui transitaient quotidiennement entre leurs mains aurait été perdu s'ils avaient dû redéployer leur activité vers de nouveaux secteurs ou de nouveaux produits²³. Par ailleurs, leur longue insertion dans le tissu mercantile local – fruit, souvent, de plusieurs décennies de présence en Andalousie – constituait également un atout de première importance puisque leur notoriété dans la place leur offrait de multiples ressources en matière d'accès à l'information, à des facilités de crédit ou à des passe-droits vis-à-vis des administrations consulaires, tant française qu'espagnole. Quitter la ville revenait donc pour eux à renoncer non seulement à une partie substantielle de leur capital matériel mais aussi à des pans entiers du capital immatériel – savoirs, savoir-faire, réseaux – qu'ils avaient accumulé tout au long de leur carrière ou que leur avaient transmis ceux qui les avaient précédés dans les comptoirs français de Cadix.

À l'aune de ces diverses entraves qui faisaient obstacle à la mobilité des marchands – on peut d'ailleurs sans risque postuler que de telles difficultés n'étaient pas propres aux seuls marchands français de Cadix –, il nous semble donc souhaitable de reconsidérer l'aptitude qu'avaient les marchands à se déplacer avec leurs établissements et de les appréhender comme une catégorie professionnelle bien plus sédentaire que d'autres qui, à l'instar des artisans par exemple²⁴, occupaient finalement une place plus importante dans les migrations économiques européennes.

22. Sur cette question, nous renvoyons, entre autres, à Jacques Savary qui constate que le créancier doit « demander le paiement [...] avec beaucoup de respect [...], mais aussi avec une fermeté mâle et résolue » et que « si on le lui refuse la première fois, la seconde fois qu'il y retournera, il doit presser la personne un peu plus fortement » (Jacques Savary, *Le Parfait Négociant*, Paris, 1721 [1^{re} éd. 1675], livre IV, chap. VIII, p. 340).

23. Sur l'importance de la spécialisation dans les métiers du négoce, voir Pierre Jeannin, « Distinction des compétences et niveaux de qualification : les savoirs négociants dans l'Europe moderne », dans *id.* (dir.), *Marchands d'Europe. Pratiques et savoirs à l'époque moderne*, Paris, Presse de l'ENS, 1996, p. 309 sq.

24. Nous rejoignons ainsi la proposition exprimée par Jacques Bottin et Donatella Calabi

La question du cosmopolitisme

La question du cosmopolitisme marchand soulève les mêmes problèmes de définition que celle relative à la mobilité. L'expression, d'ailleurs peu usuelle à l'époque, est en effet plus communément associée à des ensembles, comme des villes ou des quartiers – que l'on qualifiera ou pas de cosmopolites –, qu'à des individus. Même alors, elle soulève encore quelque difficulté sémantique : la ville cosmopolite est-elle celle, telle Smyrne ou Alexandrie, au sein de laquelle cohabitent en paix plusieurs communautés étrangères ou bien celle dans laquelle il règne un climat social, culturel et intellectuel tel que tout étranger puisse s'y sentir chez lui ? C'est plutôt cette seconde proposition que semble valider la recherche actuelle qui préférera parler, dans le premier cas, de ville multiethnique ou pluriculturelle²⁵. Par analogie, on peut alors considérer que l'individu cosmopolite n'est pas tant celui qui présente des attributs de la pluri-culturalité – tel que la polyglotie ou le métissage – mais celui que l'on désigne aujourd'hui communément par l'expression de « citoyen du monde » ou encore, celui qui est justement qualifié de « cosmopolite » dans la littérature philosophique et morale de l'Europe moderne, à savoir celui qui n'est citoyen d'aucun pays particulier et dont la patrie est le monde ou l'humanité tout entière²⁶ ? De fait, c'est bien à cette dernière situation que sont associés les négociants du XVIII^e siècle, lorsqu'ils sont décrits comme des êtres mus par la seule poursuite de leurs intérêts particuliers, totalement détachés des préoccupations patriotiques ou nationales et, au contraire, citoyens d'une sorte de république de la lettre de change qui ignorerait les frontières et les distinctions nationales et dans laquelle tous les individus admis à y participer seraient placés sur un pied d'égalité. Il est par ailleurs intéressant de souligner que cette image du marchand cosmopolite apparaît aussi bien, au XVIII^e siècle, dans la littérature favorable au monde négociant – tel Montesquieu faisant l'éloge du « doux commerce » – que dans celle que produisent ses détracteurs, qui n'hésitent pas à présenter le marchand comme un corps étranger à la société d'accueil et nuisible à sa cohésion. Mais, dans les deux cas, le négociant est toujours perçu comme un être cosmopolite qui n'appartient à aucune nation, ni d'un point de vue politique, ni d'un point de vue culturel et qui n'est lié à aucun territoire. C'est donc cette représentation commune que nous souhaitons discuter ici, en nous interrogeant non pas tant sur la part de réalité qu'elle renferme, mais plutôt sur un

lorsqu'ils invitent à dépasser l'« opinion, souvent avancée, [qui] tend à opposer l'implantation plus stable des gens de métier pourvus d'un savoir-faire à celle des acteurs commerciaux, toujours prêts à quitter une place pour une autre, afin de mettre en œuvre une nouvelle stratégie » (*Les étrangers dans la ville*, Maison des Sciences de l'homme de Paris, 1999, p. 7). Les différents articles réunis dans le présent dossier et traitant de la mobilité des artisans abondent dans le même sens.

25. Sur la ville cosmopolite, nous renvoyons aux belles études consacrées à Alexandrie (Robert Ilbert, *Alexandrie, 1830-1930. Histoire d'une communauté citadine*, Le Caire, IFAO, 1996) et à Smyrne (Marie-Carmen Smyrnelis, *Une société hors de soi. Identités et relations sociales à Smyrne aux XVIII^e et XIX^e siècles*, Paris-Leuven, Peeters, 2005), ainsi qu'au numéro des *Cahiers de la Méditerranée*, intitulé « Du cosmopolitisme en Méditerranée » (n° 67, décembre 2003).

26. Sur cette question, voir Marc Belissa, *Fraternité universelle et intérêt national (1713-1795) : les cosmopolitiques du droit des gens*, Paris, Kimé, 1998.

aspect précis du sujet qu'il nous a été plus particulièrement donné d'appréhender à Cadix : les questions de la place qu'occupait l'identité nationale dans la pratique du commerce, de la conscience qu'avaient les négociants de cette forme d'altérité et de l'importance qu'ils lui accordaient.

La question semble d'autant plus intéressante, et légitime, à soulever que la littérature scientifique s'est rarement confrontée explicitement à un tel débat et a plutôt eu tendance à abonder tantôt dans un sens, tantôt dans l'autre, sans chercher à trancher entre deux options que tout semble pourtant opposer. Face à l'importante littérature qui, se fondant sur les exemples des diasporas marchandes (juives ou arméniennes) ou sur des travaux portant sur le mercantilisme et les « nations marchandes privilégiées », met plutôt en valeur l'importance du facteur identitaire – qu'il soit ethnique, confessionnel ou national – dans l'organisation des réseaux marchands²⁷, se sont en effet multipliés ces dernières années des travaux qui relativisent l'importance du lien identitaire et insistent plutôt sur la capacité des négociants à se lier en dehors de leur communauté, dans le cadre d'échanges « interculturels » ou « transnationaux » – pour reprendre deux expressions qui ont été largement employées et commentées dans l'historiographie récente²⁸. Dans ce débat, les données extraites de notre étude de la colonie française de Cadix nous amènent à opter pour une position clairement intermédiaire qui, sans faire de l'altérité nationale un facteur déterminant dans la pratique du commerce, lui reconnaît cependant un rôle structurant dans l'organisation des réseaux marchands.

Nous avons ainsi eu l'occasion de mener diverses analyses portant sur les environnements relationnels, locaux ou internationaux, au sein desquels les négociants français de Cadix exerçaient leur activité. Les données prosopographiques accumulées dans ce cadre permettent d'apprécier dans quelle mesure ils travaillaient avec des semblables – en l'occurrence d'autres Français – et dans quelle mesure ils travaillaient avec les autres – à savoir, en l'occurrence, des non-Français. Or, les conclusions auxquelles nous sommes parvenues sont loin d'être univoques puisqu'il apparaît que, parmi leurs partenaires, leurs compatriotes, sans jamais bénéficier de situations d'exclusivité, sont largement surreprésentés.

Ce premier constat, somme toute assez peu surprenant, peut être affiné et précisé par une analyse de la répartition des partenariats – en fonction de leur nature, de l'intensité ou de la fréquence des relations qu'ils supposent – entre compatriotes et étrangers. Les conclusions apparaissent alors, en effet, beaucoup plus tranchées. Ainsi, si l'on observe les sphères relationnelles locales, à savoir l'ensemble des personnes avec lesquelles les négociants français travaillaient quotidiennement à Cadix, on constate une répartition très simple des situations en fonction de la nature des relations considérées : les relations contractuelles ponctuelles – telles que les transactions effectuées sur le marché, par exemple – s'effec-

27. Philip D. Curtin, *Cross-Cultural Trade in World History*, Cambridge, New York, Melbourne, Cambridge University Press, 2002 (1^{re} éd. : 1984).

28. Francesca Trivellato, « Juifs de Livourne, Italiens de Lisbonne, hindous de Goa. Réseaux marchands et échanges interculturels à l'époque moderne », *Annales HSS*, vol. 58, n° 3, mai-juin 2003, p. 581-603. Ana Crespo Solana (dir.), *Comunidades transnacionales...*, *op. cit.*

tuent dans des environnements que l'on qualifiera d'ouverts et de foncièrement plurinationaux, ce qui est logique puisque pour écouler leurs marchandises ou se procurer des denrées coloniales, les négociants français étaient tenus d'entrer en relation avec les *cargadores*; en revanche, les relations contractuelles pérennes – telles que les relations d'association ou de salariat au sein des compagnies, par exemple – sont beaucoup plus homogènes et sont nouées presque toujours avec d'autres Français: le comptoir français apparaît ainsi à Cadix comme une entreprise foncièrement nationale²⁹. À un niveau intermédiaire, enfin, celui des ententes ponctuelles hors marché – matérialisées par exemple par l'octroi d'une procuration –, la situation est beaucoup plus contrastée et c'est la contingence qui semble régner. L'idée générale qui se dégage est donc que plus la relation étudiée comporte des risques et implique un haut niveau de confiance entre les partenaires, plus la part qu'occupent les compatriotes dans l'environnement relationnel devient forte.

Les conclusions sont assez semblables lorsque l'on s'intéresse non plus à l'environnement relationnel local des marchands français mais à leurs réseaux internationaux. Les réseaux de correspondants, établis à partir des bilans et des fonds de correspondance commerciale des firmes Rivet et Delaville, dont les dirigeants sont protestants et languedociens, pour la première, catholiques et bretons, pour la seconde, nous livrent exactement une même réalité: les gérants de ces firmes emploient presque exclusivement des correspondants français chaque fois qu'ils le peuvent, c'est-à-dire dans toutes les places qui accueillent d'importantes communautés marchandes françaises; mais lorsque, en revanche, ils ne peuvent pas faire autrement, à savoir lorsqu'ils opèrent avec des provinces où il n'existe pas de communauté marchande française – comme la Catalogne ou la Silésie –, ils recourent à des partenaires étrangers³⁰. Ce constat, facilement généralisable à l'ensemble de la colonie, suggère donc que les marchands préfèrent se lier à des compatriotes mais peuvent aussi s'en passer lorsque les conditions l'imposent.

Au niveau local comme au niveau international, se trouve donc confirmée l'idée qu'une appartenance nationale commune joue un rôle important, mais non déterminant, dans la structuration de l'environnement relationnel des marchands, notamment pour les relations qui nécessitent le plus haut degré de confiance. Un tel constat appelle donc quelques explications et amène à interroger le rôle que pouvait jouer la communauté d'identité nationale dans l'établissement d'une relation de confiance.

Deux hypothèses, susceptibles d'éclairer un tel problème, peuvent être dégagées de l'abondante littérature scientifique dédiée à la question de la confiance marchande. Nous qualifierons la première de «culturaliste», en référence aux travaux du sociologue Philippe d'Iribarne, qui ont été consacrés à «la force des cultures», et la seconde de «rationaliste» car, sans les ériger en dogme, elle se fonde dans une large mesure sur les postulats de l'individualisme méthodologique et de la rationalité économique.

29. Arnaud Bartolomei, *La Bourse et la vie...*, *op. cit.*, p. 227.

30. *Ibid.*, p. 188 sq.

Dans un article récent³¹, qui rend compte des études qu'il mène depuis plusieurs années sur les identités nationales au sein des firmes multinationales contemporaines, Philippe d'Iribarne prend le contre-pied des présupposés anti-essentialistes et anti-déterministes qui ont largement dominé le champ des études universitaires au cours des dernières décennies et qui ont eu tendance à nier, ou à relativiser, l'importance des appartenances identitaires nationales dans la vie sociale des individus, voire la valeur heuristique même du concept d'identité nationale³². Il défend, au contraire, l'idée qu'il existe des « cultures nationales objectives » qui, à l'insu des individus qui en sont porteurs, influencent leurs comportements et déterminent, par exemple, leurs façons de travailler au sein des firmes. Loin de nous rallier sans objection à une telle proposition, il nous a cependant paru judicieux de l'utiliser comme un postulat de départ intéressant, amenant à formuler l'hypothèse que les marchands français de Cadix ont pu préférer travailler avec des compatriotes plutôt qu'avec des étrangers en raison, précisément, de la communauté d'identité nationale qui les liait mutuellement. Dans cette perspective, nous nous sommes donc interrogé sur les aspects de l'identité nationale française du XVIII^e siècle susceptibles d'engendrer une telle préférence.

En l'absence d'une religion commune à l'ensemble des Français – et à Cadix, notamment, la colonie comprend aussi bien des protestants que des catholiques – ou d'une morale spécifique à la population française, le champ de l'éthique, cher à Max Weber, semble devoir être écarté. En revanche, des éléments ayant plus clairement trait aux aspects culturels de l'identité française peuvent être évoqués et, en premier lieu, l'importance qu'occupaient les stéréotypes nationaux dans les représentations communes de l'époque. On sait, grâce aux nombreux travaux qui ont été consacrés au cours des dernières années aux récits de voyages, que les discours intégrant de tels stéréotypes étaient profondément ancrés dans l'esprit des contemporains. On dispose, en revanche, de peu d'études analysant leur caractère plus ou moins performatif et il faut donc, pour se faire une idée sur ce dernier point, se reporter directement aux sources. Or, les occurrences relevées dans nos sources sont quasiment unanimes : les contemporains paraissent avoir parfaitement admis les stéréotypes nationaux et les avoir intégrés dans leurs pratiques marchandes. Sans revenir à Savary qui soulignait que les Anglais et les Hollandais ont pour habitude de ne se fier « qu'à eux-mêmes », on peut évoquer le cas de Louis Dastis, un commis marseillais désireux de s'installer à Cadix, qui déclare dans une lettre adressée à l'un de ses amis qu'il est « prévenu de la jalousie que l'on a pour les Français en général en Espagne », sans pour autant d'ailleurs renoncer à s'y installer³³. La conscience de l'altérité nationale que l'on sent déjà transparaître entre les nations européennes grandit encore lorsque l'on franchit la Méditerranée. Jacques Jugla, un négociant français de Cadix, fait ainsi part, au

31. Philippe d'Iribarne, « La force des cultures », *Le Débat*, n° 157, novembre-décembre 2009, p. 111-123.

32. Jean-Frédéric Schaub, « Le sentiment national est-il une catégorie pertinente pour comprendre les adhésions et les conflits sous l'Ancien Régime ? », dans Alain Tallon (dir.), *Le sentiment national dans l'Europe méridionale aux X^e et XVII^e siècles*, Madrid, Casa de Velázquez, 2005, p. 155.

33. Centre des Archives diplomatiques de Nantes (désormais CADN), Cadix, série C, carton 75, lettre de Louis Dastis à Jean-Joseph Leydet (Marseille, 18 juin 1804).

consul français, des raisons pour lesquelles il préfère envoyer un agent en Algérie plutôt que de recourir à des autochtones :

Avant projeté de tirer des grains d'Oran, Arzeu, Arisgon ou autres ports de la cote d'Afrique, et ne voulant point accorder notre confiance à des gens établis dans ce pays là, nous avons décidé d'y envoyer *ad hoc* le sieur Joseph Faurel possédant la langue arabe³⁴.

On ne peut donc exclure que de tels préjugés sur les étrangers, qu'ils soient fondés sur des expériences réellement vécues ou seulement véhiculées par une tradition orale, aient pu être suffisamment forts pour influencer sur l'organisation des réseaux marchands et dicter aux négociants leurs stratégies commerciales.

La langue constitue un second facteur culturel qui a pu jouer un rôle important dans la structuration des réseaux d'affaires. Jacques Jugla l'évoque d'ailleurs explicitement dans l'extrait cité lorsqu'il indique avoir fait le choix, pour ses affaires algériennes, d'un agent parlant la langue arabe. Bien que peu d'enquêtes aient été à ce jour consacrées à la question de l'altérité linguistique dans la bonne marche des affaires³⁵ et que d'importants travaux aient, au contraire, défendu l'idée que la différence de langue ne représentait jamais un obstacle dans la pratique du commerce³⁶, notre conviction est cependant qu'à un certain niveau d'affaires, dès lors qu'il n'était plus question ni de troc ni de paiement comptant, mais bien de ventes à terme et de spéculations abstraites ou soumises à des conditions complexes, la communauté de langue devenait essentielle, voire indispensable, dans la gestion des négoes. L'importance de la précision de la langue, aussi bien de la syntaxe que du vocabulaire, et le caractère nécessairement ambivalent et complexe du style épistolaire négociant – à la fois ferme et déférent, car il faut diriger le correspondant sans l'indisposer – nous semblent constituer des réalités suffisamment évidentes – et empiriquement constatées par tous les historiens ayant fréquenté les correspondances commerciales du XVIII^e siècle – pour étayer cette conviction.

Imaginer que les cultures nationales « objectives » – dont les représentations de l'autre et la langue sont deux des manifestations les plus facilement saisissables – aient pu jouer un rôle structurant dans l'organisation des réseaux marchands de l'Europe moderne, en amenant les négociants à privilégier les échanges avec leurs semblables plutôt qu'avec des étrangers, nous semble donc constituer une hypothèse tout à fait plausible, qui mériterait pour le moins d'être étudiée

34. CADN, Cadix, registre 248, folio 184, enregistrement d'une lettre (27 août 1804).

35. Soulignons cependant la tenue le 27 mai 2009 d'une journée d'études, organisée à la Maison Méditerranéenne des Sciences de l'Homme d'Aix-en-Provence et coordonnée par Gilbert Buti et Olivier Raveux (UMR TELEMME), sur la question des « langues du commerce » et l'ouvrage suivant qui en a été tiré : Gilbert Buti, Olivier Raveux et Michèle Janin-Thivos (dir.), *Langues et langages du commerce à l'époque moderne*, Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, 2012. Mentionnons également un article particulièrement stimulant de l'économiste Jacques Mélitz qui s'efforce de mesurer l'impact de la diversité linguistique dans le commerce international contemporain (« Language and Foreign Trade », *European Economic Review*, n° 52, 2008, p. 667-699).

36. Jocelyne Dakhli, *Lingua franca. Histoire d'une langue métisse en Méditerranée*, Arles, Actes Sud, 2009.

attentivement avant d'être écartée. Ce constat ne doit cependant pas nous amener à négliger le second champ d'explications susceptible de rendre compte de l'importance des liens nationaux dans la pratique du commerce, celui qui se fonde sur des postulats plus clairement inspirés de l'individualisme méthodologique et de la théorie économique classique.

Nous pouvons utiliser comme guide pour explorer cet aspect de la question, les travaux d'un économiste américain, Timothy Guinnane, qui vient de publier en français les conclusions des recherches qu'il a menées au cours des dernières années sur les relations de crédit et la notion de confiance marchande³⁷. Dans une volonté explicitement affichée de dénaturer le concept de confiance, Timothy Guinnane remarque ainsi que toute relation dite *de confiance* repose en fait sur des dispositifs rationnels ayant toujours trait avec, d'une part, la possession d'informations sur le partenaire considéré et, d'autre part, la possibilité d'exercer à son encontre une contrainte exécutoire, formelle ou informelle, en cas de litige. Ainsi, la confiance, loin d'être considérée comme une réalité substantielle – que l'on a ou pas – apparaît comme la simple conséquence de configurations relationnelles dans lesquelles l'existence de dispositifs informationnels et procéduraux permettent aux agents d'échanger entre eux *en (toute) confiance*. Dès lors, on peut se demander si derrière la confiance que l'on croit voir régner au sein de la communauté marchande française (ou juive, arménienne...), il n'y aurait pas en fait à l'œuvre de tels dispositifs. Dans cette perspective, un Français préférerait commercer avec des compatriotes non pas parce qu'ils lui ressemblent ou qu'ils lui sont culturellement proches mais plutôt parce qu'il dispose sur eux d'une information plus abondante que sur d'autres ou parce qu'il sait pouvoir se retourner contre eux, le cas échéant.

Contre toute attente, ce dernier point est celui sur lequel la connaissance historique s'avère le plus difficile à mobiliser. La complexité des systèmes juridiques dans l'Europe moderne, l'enchevêtrement bien connu des responsabilités et les nombreux conflits de compétence qui en résultaient, expliquent qu'il ne soit pas facile de bien cerner aujourd'hui quel était le rôle exact que jouait un consul dans la résolution des différends commerciaux impliquant ses ressortissants. Ainsi, dans le beau recueil de textes consacré à la fonction consulaire à l'époque moderne, s'il est largement fait mention de l'importante littérature théorique et juridique qui définit ce rôle des consuls, les exemples empiriques illustrant l'exercice de cette juridiction sont extrêmement ténus et peu convaincants³⁸. À Cadix, en l'état actuel de nos recherches, nous n'avons trouvé aucun cas de litige commercial directement tranché par le consul français, alors que les fonds consultés – consulaires, notariaux, privés ou judiciaires – conservent, au contraire, de multiples témoignages sur les deux autres procédures qui étaient, visiblement, communément employées : la procédure arbitrale classique, avec nomination d'un tiers en cas d'absence d'accord entre les arbitres désignés par les parties – soit

37. Timothy Guinnane, « Les économistes, le crédit et la confiance », *Genèses*, n° 79, 2009, p. 6-25.

38. Gérard Le Bouëdec et Jorg Ulbert (dir.), *La fonction consulaire à l'époque moderne*, Rennes, PUR, 2006.

une procédure typiquement transnationale, dont on retrouve la trace dans toute l'Europe moderne –, d'une part; le recours aux autorités judiciaires espagnoles traditionnelles – à savoir, pour les affaires impliquant des étrangers, le gouverneur de la ville en première instance et le Conseil des Indes, en appel –, d'autre part. Le seul domaine dans lequel il existait une autorité juridictionnelle consulaire – et qui, en l'occurrence, a laissé une masse considérable de documentation! – est finalement celui de la course, puisque le consul jugeait en première instance du statut des prises, mais il relève d'un cas particulier qui ne pouvait avoir aucun effet sur la pratique marchande quotidienne. Selon toute vraisemblance, les négociants français de Cadix ne semblent donc pas avoir choisi leurs associés locaux et leurs correspondants lointains de façon préférentielle parmi leurs compatriotes parce que cette identité nationale commune leur offrait des possibilités de recours supplémentaires en cas de différend.

En ce qui concerne l'information, nous sommes bien renseignés sur le sujet par l'importante littérature historique qui a été consacrée ces dernières années à la question de la « circulation de l'information » et qui a mis plus particulièrement en exergue l'importance des phénomènes de réputation et de recommandation dans la construction des réseaux marchands³⁹. Ainsi, la force et la cohésion des réseaux des juifs dans le Maghreb médiéval ou dans la Méditerranée moderne, n'auraient pas tant reposé sur le sentiment d'appartenir à une même nation que sur l'intensité des flux informationnels irriguant ces communautés soudées par des liens interpersonnels étroits, multiples et entremêlés⁴⁰. Or, les enseignements tirés des correspondances des négociants français de Cadix révèlent que leurs pratiques ne différaient en rien des normes qui ont été décrites par ailleurs : ils s'informaient sur un nouveau partenaire avant d'entrer en contact avec lui et, surtout, ils s'efforçaient de cultiver et d'entretenir les relations nouées avec des correspondants sur lesquels ils savaient pouvoir compter. Mais en quoi une identité nationale commune – française, en l'occurrence – pouvait-elle contribuer à fluidifier et à faciliter la circulation de l'information? L'hypothèse, que nous avons formulée dans notre thèse, suggère que la forte composante identitaire des réseaux de correspondants des marchands français doit être mise en lien avec les processus à l'œuvre dans leur formation et dans leur évolution. Il apparaît, en effet, qu'à partir d'une souche initiale assez étroite et composée essentiellement par des partenaires très proches (parents, commanditaires...), qui, le plus souvent, ont tous une même origine, les réseaux avaient tendance à s'étendre par capillarité : à Cadix, par exemple, les négociants français qui se fréquentaient entre eux aux assemblées de la nation française ou dans le lieu de sociabilité de la Casa de la

39. Pierre Jeannin, « La diffusion de l'information », dans Simonetta Cavaciocchi (dir.), *Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII*, Florence, Le Monnier, 2001, p. 231-262. Dossier thématique « Moyens, supports et usages de l'information marchande à l'époque moderne », *Rives nord-méditerranéennes*, n° 27, 2007. Dominique Margairaz et Philippe Minard (dir.), *L'information économique, XVI^e-XIX^e siècles*, Paris, CHEFF, 2008.

40. Francesca Trivellato, « Juifs de Livourne... », art. cit. ; Avner Greif, « Théorie des jeux et analyse historique des institutions. Les institutions économiques du Moyen Âge », *Annales HSS*, vol. 53, n° 3, 1998, p. 597-633.

Camorra devaient se recommander leurs partenaires les plus proches, sur lesquels ils savaient pouvoir compter ; en agissant ainsi, ils contribuaient à mutualiser leurs réseaux initiaux, dont on a vu qu'ils étaient, par essence, assez homogènes d'un point de vue identitaire, et c'est ce qui explique que le méta-réseau issu d'un tel processus soit en définitive, à son tour, fortement teinté par une identité commune. Naturellement, le processus décrit n'a rien d'exclusif et rien ne s'opposait à ce qu'un beau-frère ou un partenaire étranger puisse être introduit dans le réseau et vienne en atténuer l'homogénéité.

Aussi plausible soit-elle, cette analyse n'en laisse pas moins de côté la question des correspondances établies avec des partenaires totalement extérieurs à un tel ensemble relationnel, ce qui est par exemple le cas constaté pour les relations étroites qu'entretenait la compagnie Rivet avec des maisons de commerce silésiennes d'origine germanique qui n'avaient, par ailleurs, aucun lien avec le négoce français. Comment ont débuté leurs rapports ? Sur quoi a été fondée la confiance qui a permis de procéder aux premiers échanges ? Ces questions, qui renvoient au champ historiographique plus large de « l'entrée en relation », qui est en train d'émerger dans l'historiographie contemporaine, nous semblent constituer l'un des fronts pionniers les plus stimulants de la réflexion actuelle sur la question des mécanismes à l'œuvre dans la construction de la confiance marchande.

Conclusion

Nous terminerons en distinguant en guise de conclusion trois strates constitutives de l'identité ou mieux, peut-être, de la citoyenneté du marchand de l'Europe moderne, trois sphères d'appartenance dont il est essentiel de mieux définir les contours pour saisir son rapport à l'espace et à l'altérité : la sphère locale, la sphère nationale et la sphère internationale. Précisons d'emblée que cette liste n'entend pas être exhaustive. Nous n'évoquerons notamment pas ici la question de l'appartenance régionale, à laquelle il est fait allusion dans plusieurs articles du présent dossier et que nous avons écartée car elle s'avère très peu opératoire dans le cas de la colonie française de Cadix, au sein de laquelle on ne distingue ni entente ni lobby fondé sur une origine provinciale ou régionale commune. Le cas paradigmatique, en l'occurrence, est celui des trois grandes maisons « languedociennes », les Rivet, les Solier et les Fornier, qui, bien qu'elles fussent originaires d'une même région et qu'elles appartenissent au même groupe confessionnel (protestant), n'ont développé aucune solidarité, ni aucune sociabilité spécifique entre elles.

Le négociant, ou le marchand, est donc d'abord citoyen d'un lieu, d'une place, dans laquelle il est inséré, où il a « pignon sur rue » et dont il maîtrise parfaitement les codes et les normes de fonctionnement, formels ou informels. Cette insertion constitue naturellement une ressource essentielle à la bonne marche de ses affaires mais elle constitue aussi, comme nous l'avons souligné, une entrave à sa mobilité, car le changement de ville s'accompagne presque nécessairement de la perte de ce capital d'expériences et de relations accumulées dans son lieu d'exercice. L'importance de l'appartenance locale vient donc relativiser celle de l'extranéité au sein