Engel, Alexander, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500-1900*

Guillaume Garner

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/6564>

DOI : 10.4000/ifha.6564

ISSN : 2198-8943

Éditeur

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

Référence électronique

Guillaume Garner, « Engel, Alexander, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500-1900* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 janvier 2011, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/6564> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.6564>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

©IFHA

Engel, Alexander, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500-1900*

Guillaume Garner

- 1 « Les couleurs de la globalisation » : c'est sous ce titre suggestif que l'auteur propose une étude portant sur le marché des colorants en Europe occidentale du XVI^e au début du XX^e siècle. Fondé sur des sources abondantes et variées, qui comprennent principalement des listes de prix de colorants publiées à Londres, Hambourg et Amsterdam, des relevés de statistique douanière et un vaste corpus de textes économiques et scientifiques sur les colorants naturels et artificiels, cet ouvrage analyse l'histoire du marché de la gamme des colorants, dont le commerce et la production ont connu une croissance exponentielle durant les quatre siècles étudiés. Convaincu que les outils de la théorie des prix fournis par l'économie néoclassique ont une valeur descriptive certaine mais une portée explicative faible, A.E. entend élargir sa problématique vers une « histoire globale du marché », englobant ses dimensions sociales, culturelles, institutionnelle et scientifique, et procède pour cela en trois temps.
- 2 La première étape est consacrée aux procédés et savoirs mobilisés dans la production des colorants. De la fin du Moyen Âge à la veille de la Première Guerre mondiale se succèdent ainsi quatre « paradigmes ». Le premier correspond à ce qu'A.E. appelle l'« innovation mercantile », qui consiste en la recherche et la commercialisation à l'échelle interrégionale et internationale des colorants naturels connus, d'abord en Europe, puis dans les territoires américains et asiatiques exploités à la suite des grandes découvertes. À partir de la fin du XVII^e siècle émerge un second paradigme, dans lequel la production de colorants naturels lucratifs est engagée à partir de la recherche et de l'exploitation de plantes tinctoriales hors de leur territoire d'origine (comme l'indigo). Dans les premières décennies du XIX^e siècle, ce paradigme dit de l'économie botanique

(ökonomische Botanik) laisse la place à un troisième paradigme, celui de coloration artificielle (kunstfertiges Färben) par lequel les matières premières sont préparées et recombinaées en nouvelles couleurs : les colorants deviennent ainsi des compositions manipulables de matières chimiques et non plus des ressources naturelles (trouvées ou découvertes). Une dernière rupture intervient dans le dernier quart du XIXe siècle avec l'apparition et l'essor de colorants synthétiques qui ne proviennent plus seulement de matières premières végétales ou animales mais de produits industriels (tels que le goudron). Cette première partie qui fait la part belle à l'étude des discours et des pratiques scientifiques (s'intéressant par exemple aux modalités de communication et de transfert des savoirs impliqués) fait apparaître une rupture intervenant au tournant des XVIIIe et XIXe siècles : alors les deux premiers paradigmes correspondent à une stratégie consistant à « trouver » des colorants qui est en même temps une stratégie de globalisation puisque les acteurs recherchent avant tout des colorants extra-européens, les deux derniers consistent en une stratégie de « développement » de colorants artificiels qui est en même temps une stratégie d'industrialisation. L'une des questions fortes posées par cette étude est donc d'expliquer la substitution des colorants artificiels aux colorants naturels.

- 3 La deuxième partie de l'ouvrage est une étude économique et statistique de l'évolution et des ruptures du marché des colorants. A.E. s'attache tout d'abord à montrer que le marché européen des colorants est, du XVIIe au XIXe siècle, relativement cohérent, car il présente une stabilité de long terme des prix des différents produits, à la fois du point de vue des proportions des différents prix et de leur évolution dans le temps. La fin du XVIIIe siècle marque le début d'une période séculaire de très forte croissance de la consommation qui correspond largement à l'essor de la production textile, surtout du coton. Or jusqu'au milieu du XIXe siècle, la production de colorants ne suit pas l'essor de la consommation : l'augmentation des prix en résultant crée donc des incitations économiques à l'augmentation de la production de colorants et c'est avec la production industrielle de colorants artificiels et synthétiques qu'un certain équilibre est rétabli entre offre et demande, ce dont atteste la baisse des prix des colorants à partir des années 1880. L'auteur met cependant en garde contre une interprétation trop naïve de ces données statistiques, et relativise en particulier à plusieurs reprises une explication trop centrée sur la prise en compte des prix comparatifs. Il souligne d'une part que les différents colorants ne sont pas toujours substituables et que le marché des colorants est segmenté, principalement en fonction du critère de la qualité des colorants utilisés, avec une bipartition tendancielle entre des colorants à forte valeur (indigo, garance) et des bois de teinture bon marché utilisés pour la grande masse des textiles. Il souligne d'autre part que l'essor des colorants synthétiques est moins brusque qu'on ne l'affirme souvent et qu'il ne s'explique pas en premier lieu par des considérations de coûts, leurs prix n'étant jusqu'en 1914 pas significativement inférieurs à ceux des colorants d'origine naturelle. A.E. conclut en affirmant que l'évolution des prix est un symptôme, et non un moteur de l'évolution du marché, et que les explications de celles-ci sont à chercher dans « les institutions et les dispositions » des acteurs présents sur ces marchés.
- 4 Cette étude socio-institutionnelle du marché des colorants (dernière étape de cette étude) est d'autant plus indispensable qu'A.E. fait sienne une conception du marché comme réseau d'acteurs situés sur les segments de l'offre et/ou de la demande et interagissant dans la définition des prix. À rebours de la doxa néoclassique, il rappelle que la maximisation de l'utilité n'explique pas tout et qu'il convient de prendre en

compte les formes d'organisation et d'institutionnalisation de l'offre et de la demande. Nulle surprise pour le lecteur de trouver des références « hétérodoxes », de l'économie institutionnaliste à la sociologie des marchés en passant par la théorie des mondes de production élaborée par R. Salais et M. Storper. Comme le montre le cas du secteur du vêtement, la consommation des colorants est au cours de la période de moins en moins soumise à des normes et des codes fixés par les autorités (politiques ou religieuses) et est de plus en plus guidée par la mode, en liaison avec l'émergence à partir du milieu du XVIII^e siècle d'une « révolution industrielle » (Jan de Vries) ouvrant la voie à une consommation de masse. Parallèlement intervient une mutation des systèmes de production et de distribution des colorants : alors que les marchands non spécialisés jouent d'abord un rôle essentiel dans la mise en relation des aires de production et de consommation, des circuits de vente directe des producteurs de colorants naturels aux fabricants se mettent en place au XVIII^e siècle, avant que les marchands ne soient en grande partie éliminés du marché des colorants par l'émergence d'entreprises organisées (Unternehmen) qui relaient peu à peu les entreprises personnelles (Unternehmungen). Ces dernières sont à l'origine d'une triple évolution : diversification des produits, intégration verticale de la production et de la vente, intégration verticale des processus de production. Cette mutation trouve son achèvement avec la création et le développement des grands groupes chimiques tels que BASF. Cette évolution comporte d'autres mutations analysées par l'auteur, telles que l'intégration de la recherche chimique – et donc le déplacement de l'innovation – au sein des entreprises (et non plus principalement par des relations avec des savants ou les universités) ou le changement du statut même de la marchandise considérée : le colorant n'est plus une Commodity destinée à satisfaire des besoins préalablement formés et définis du consommateur, mais une Speciality, une marchandise dont les entreprises cherchent à susciter le besoin. Un signe du passage d'une économie tirée par la demande à une économie poussée par l'offre est, en lieu et place de l'ancienne connaissance des marchandises (Warenkunde), l'essor du marketing à la genèse duquel l'auteur consacre des pages fort éclairantes. Le marché des colorants est ainsi affecté par des évolutions majeures et A.E. souligne in fine avec raison qu'un corollaire important en est l'inversion des flux commerciaux : initialement dirigés des espaces asiatiques et américains vers l'Europe, ils s'inversent avec l'essor d'une industrie capable de produire et d'exporter en grandes quantités des colorants synthétiques. Ce constat n'a rien de trivial, mais rappelle au contraire que dans le long terme, l'évolution des marchés et de la « mondialisation » ne sont rien des processus linéaires, mais sont au contraire marquées par des inflexions, des ruptures, dont les modalités et les acteurs sont encore à étudier.

- 5 Écrit dans une langue à la fois précise et compréhensible, cet ouvrage a le mérite de proposer une approche croisant les problématiques et les concepts de l'histoire des savoirs, de l'histoire économique et de l'histoire globale, et représente de ce point de vue une réussite indéniable.
- 6 Guillaume Garner (ENS Lyon)