

Les Cahiers
du CRH

Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques

Archives

42 | 2008

Circulations et frontières

Les imbrications du formel et de l'informel dans la circulation des objets de luxe dans le Paris du XVIII^e siècle

Laurence Fontaine



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ccrh/3425>

DOI : 10.4000/ccrh.3425

ISSN : 1760-7906

Éditeur

Centre de recherches historiques - EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 25 avril 2008

Pagination : 49-65

ISSN : 0990-9141

Référence électronique

Laurence Fontaine, « Les imbrications du formel et de l'informel dans la circulation des objets de luxe dans le Paris du XVIII^e siècle », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 42 | 2008, mis en ligne le 20 octobre 2011, consulté le 06 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ccrh/3425> ; DOI : 10.4000/ccrh.3425

Ce document a été généré automatiquement le 6 mai 2019.

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

Les imbrications du formel et de l'informel dans la circulation des objets de luxe dans le Paris du XVIII^e siècle

Laurence Fontaine

- 1 Je voudrais présenter des circulations peu connues qui pourtant sont au cœur des manières dont les objets de luxe et de mode ont été introduits et ont circulé dans la ville. Jusqu'à présent, l'accent a plus été mis sur l'organisation de la production des objets de luxe et sur les modes de consommation que sur l'activité commerciale proprement dite, même si certains aspects commencent à être éclairés. Étudier l'ensemble des circuits dans lesquels le luxe et la mode interviennent n'est toutefois pas mon propos : l'entreprise est trop vaste. Ainsi, je laisserai de côté le monde des marchands liés à la cour, à l'aristocratie et au tourisme auquel Carolyn Sargentson a récemment consacré une excellente étude¹ tout comme je n'aborderai pas le rôle des foires² – comme celles de Saint-Germain et de Saint-Laurent – dont des secteurs entiers sont spécialisés dans ce type de marchandises, pour me concentrer sur des circulations moins connues mais au cœur des processus d'entrée des objets de luxe et de mode vers ce que l'on a coutume d'appeler le peuple de Paris³.
- 2 Auparavant, il faut souligner la difficulté qu'il y a à définir les articles de luxe car le luxe est une catégorie sociale et culturelle changeante. Le mot vient du latin *luxus* qui signifie « excès » et, de là, « splendeur, faste ». Le luxe est un mode de vie qui se caractérise par une grande dépense de richesses consommées pour la satisfaction de besoins superflus. Le goût du plaisir, du faste ou de l'ostentation en sont les moteurs. Il est donc un élément de distinction sociale et, comme tel, chaque état de la société a ses propres définitions de ce qui est considéré comme luxueux. Diderot dit très bien dans l'article *luxe* de *l'Encyclopédie* que le phénomène touche toute la société :

[...]dès qu'ils [les hommes] s'en font un mérite [de leurs richesses], ils doivent faire des efforts pour paraître riches ; il doit donc s'introduire dans toutes les conditions une dépense excessive pour la fortune de chaque particulier, et un *luxe* qu'on

appelle de bienséance ; sans un immense superflu, chaque condition se croit misérable.

- 3 D'ailleurs, le dictionnaire du commerce de Savary des Bruslons⁴ n'a pas d'entrée *luxe* alors qu'il a une entrée *mode*. À sa manière il dit combien le luxe est au fond impossible à définir puisque c'est une notion éminemment relationnelle et culturelle, qui parle de plaisir et de distinction. De fait, rechercher ce qui est considéré comme luxueux dans le Paris du XVIII^e siècle met en lumière une très grande complexité : selon les moments et les groupes sociaux, les objets considérés comme luxueux ne seront pas les mêmes. Ils seront pour les uns une modeste paire de bas ou une montre de petit prix et pour d'autres des diamants, des curiosités ou ces mêmes objets que les plus pauvres rêvent d'acquérir mais possédés en grand nombre.
- 4 Daniel Roche a très bien montré combien *la culture des apparences* et le besoin de distinction s'étaient emparés des Parisiens au XVIII^e siècle⁵. Louis Sébastien Mercier, qui s'en scandalise, résume d'une phrase ce goût du superflu qui a saisi les habitants de la capitale :

Le Parisien qui n'a pas dix mille livres de rente, n'a ordinairement ni draps de lit, ni serviettes, ni chemises ; mais il a une montre à répétition, des glaces, des bas de soie, des dentelles [...]⁶.
- 5 C'est cette dernière citation que je voudrais illustrer. Je m'attacherai au luxe en ce qu'il induit à tous les niveaux de la société des circuits marchands et des métiers nouveaux, sans m'attarder – même si ce serait nécessaire – aux marchandises changeantes qui entrent dans ces échanges et aux transformations qu'elles subissent durant ces parcours. Ce qui m'intéresse ici sera de voir comment ces biens circulaient hors des boutiques officielles, quelles étaient les pratiques informelles de vente et de revente et comment les objets de luxe étaient devenus un élément essentiel de l'économie financière de la ville.
- 6 Mettre en lumière et étudier ces circuits est difficile car la documentation manque : nous touchons bien souvent au secteur de l'économie informelle qui, à moins de devenir criminelle, échappe presque complètement à l'archive. C'est pourquoi Louis Sébastien Mercier sera mon premier guide pour entrer dans cette économie urbaine. Si sa plume est volontiers moralisatrice, attachée à pourfendre le libertinage et la dégradation des mœurs ou édifiante, dès qu'il s'agit de louer les valeurs familiales, son œil est, lui, d'une extrême acuité. Sa capacité à saisir les microcircuits économiques, les pratiques sociales et culturelles qui leur sont liées et les petits métiers qu'ils génèrent est, chaque fois qu'elles existent, toujours corroborées par d'autres sources. De fait, les dossiers de faillite, les archives de la Bastille et celles du Mont-de-Piété viendront étayer les circuits mis en lumière par Louis Sébastien Mercier.
- 7 J'aborderai donc dans un premier temps les relations entre la boutique et le colportage, et soulignerai, dans un second, que vêtements et objets de luxe font aussi partie de deux autres circuits économiques. L'un est lié aux modalités de la revente : il est un des mécanismes intrinsèques de l'économie de la mode et de ses logiques de circulation sociale⁷. Luxe et mode ont, bien sûr, partie liée, mais le luxe y ajoute son désir d'excès. L'autre circuit, même s'il est marqué par le cycle économique de la mode, a d'autres logiques : il reflète la précarité des économies d'Ancien Régime, la faible monétarisation, et le manque d'institutions financières.

Le luxe dans la circulation commerciale

Boutiquiers et colporteurs

- 8 Dans la circulation des objets de luxe, deux marchés sont traditionnellement considérés : celui des boutiques élégantes qui reçoivent l'aristocratie et la riche bourgeoisie et celui du colportage qui fournit le peuple, avec un passage du premier au second quand les objets deviennent trop communs pour continuer à être considérés, par les plus riches, comme toujours dignes d'être possédés⁸. Je voudrais montrer que ces circulations sont plus complexes et que les deux mondes de la boutique et du colportage s'interpénètrent de toutes parts.
- 9 L'essor marchand que connaît le XVIII^e siècle est marqué par la multiplication des boutiques et si Mercier s'inquiète de l'engouement « des vendeurs de rien » à se mettre en boutique, tant les revers de fortune sont prompts, il se félicite de ce que les commis marchands n'arpentent plus « le palier de la maison de commerce pour amorcer les chalands » mais se transforment en tapissiers décorateurs occupés à soigner les étalages⁹.
- 10 À côté du commerce sédentaire qui s'affirme et commence à afficher les spécificités de sa mise en espace¹⁰, les marchands ambulants ne connaissent pas de lieux réservés : ils sillonnent les marchés et les rues, montent et descendent les cages d'escalier, entrent dans les auberges, qui ressemblent alors autant à des débits de boisson qu'à un marché multiforme où se nouent, autant que se règlent les affaires, et où le colporteur étale ses nouveautés et ses marchandises de contrebande.
- 11 Si, dans la ville, commerce sédentaire et ambulant sont encore largement mêlés – même si la boutique de luxe commence à domestiquer certaines rues¹¹ – la frontière est tout autant difficile à tracer si l'on considère l'origine sociale des marchands et leurs pratiques commerciales. De fait, nombre de boutiquiers sont issus du commerce itinérant même si les archives citadines le masquent comme d'ailleurs les commerçants eux-mêmes qui, une fois l'installation réussie, répugnent à révéler leur itinéraire social. Le métier de colporteur est aussi une carrière où la réussite signifie l'installation en boutique et les premiers revers de fortune la reprise de la charrette ou de la balle. Enfin, par delà la concurrence, boutiquiers et colporteurs s'utilisent et s'appuient les uns sur les autres pour écouler leurs marchandises.
- 12 En France, jusqu'au XVIII^e siècle, une grande partie des colporteurs qui parcourent la ville appartiennent à de vastes réseaux de parents et de *pays*. Ces colporteurs s'appuient sur les émigrés qui ont réussi à ouvrir boutique en ville. Leur organisation commerciale opère à deux niveaux : un premier, formé par les parents et les alliés, que soutient un système bancaire familial et qui est inséré, à travers l'ouverture de dépôts et de boutiques citadines, dans de vastes ensembles géographiques. Un second niveau est un système de distribution accroché à cette migration. Fortement hiérarchisé et encadré, il repose sur la migration temporaire et le travail des hommes du village d'origine¹².
- 13 Le rôle du colportage dans la diffusion des objets de la modernité n'est plus à démontrer : les marchands ambulants ont toujours ajouté à leur fonds de menus objets de luxe et de mode. Au XVIII^e siècle, la montre comme l'imprimé font partie de ces objets très prisés des porte-balles. Tous les livres de compte, si modestes soient-ils, l'attestent et le dépouillement des livres de commerce conservés aux archives de Paris en donne maints

exemples¹³. Parallèlement à l'entrée des montres dans l'assortiment du colporteur, certaines familles se spécialisent dans l'horlogerie et la joaillerie comme d'autres le firent pour l'imprimé. En France, ils sont savoyards¹⁴. Analyser les tournées de ces colporteurs et leurs pratiques commerciales montre le rôle central qu'ils ont joué dans la vente des objets de luxe, diffusant autant le haut de gamme que les objets de tout petit prix et fournissant l'aristocrate, comme nombre d'autres marchands sédentaires ou ambulants, parallèlement à une clientèle plus modeste.

- 14 Suivons un instant Pierre Rullier, colporteur savoyard qui, à partir de Paris, parcourt le Nord et l'Est de la France et qui loue une chambre à l'année à Paris chez Mme Lanoe dans laquelle il conserve ses livres de commerce et des marchandises. Sa logeuse lui fait d'ailleurs suivre son courrier quand il a dû modifier son itinéraire. La tournée de Pierre a deux géographies : l'une physique et l'autre épistolaire. Dans la première, il rencontre ses clients dans les villes et les foires ; dans la seconde – et son livre en est tout occupé – il s'occupe de les fournir à la demande. Il utilise pour cela la poste, la diligence, ses neveux et il entretient un réseau de boîtes aux lettres capables de recevoir les marchandises et de les réexpédier où ses clients en font la demande. Ses relais sont des aubergistes, des parents, des clients fidèles qui sont tous des négociants, et enfin les maisons qui servent de relais à ses propres fournisseurs étrangers. Voici quelques exemples : le 28 novembre 1771, il est à Boulogne et fait envoyer des marchandises à Paris pour un de ses clients ; le 28 décembre, il est à Saint-Quentin et se fait payer une montre qu'il avait fait parvenir de Paris à son client le 27 juin précédent ; le 11 juin 1772, il est à Arras et met « au carrosse pour Paris un paquet de marchandises », etc.
- 15 Les frères Rullier – car son frère exerce le même métier mais dans un espace plus septentrional puisqu'il parcourt le Nord de la France et le sud de la Belgique – vendent des montres et des bijoux d'or ou d'argent : des tabatières, des boucles d'oreille, des croix, des bagues, des chaînes, des boutons, des timbales et des gobelets. Ils débitent aussi ces métaux précieux en lingots ou en mitraille pour les bijoutiers et fournissent les orfèvres en instruments d'horloger et en verres de montre. Seuls, les couteaux de Langres rompent la spécialisation. Retrouver la valeur des objets vendus s'avère très difficile car Rullier en donne rarement le détail : il indique au mieux le montant total de l'envoi disparate qu'il a reçu. En outre, dans les transactions à l'unité, en particulier pour les montres, il préfère indiquer le code de quatre à six lettres dont il connaît la correspondance financière et ne précise que très rarement, comme dans ces deux exemples, que la montre codée « aadp » vaut 475 livres et celle « aaabp » 1.230 livres. Toutefois, la fantaisie de la tenue de son livre permet de retrouver quelques fourchettes de prix.
- 16 Nous aurions aimé pouvoir connaître avec précision les prix d'achat et de vente à la fois pour estimer ses marges bénéficiaires et pour mieux percevoir le niveau social de sa clientèle et surtout pour mesurer si, comme pour de nombreux autres objets de la modernité, ces colporteurs bijoutiers, grâce à l'éventail large des qualités offertes, ont mis à la portée du plus grand nombre les plaisirs de la mode et du luxe.
- 17 Que disent les prix que pratique le colporteur ? Rullier vend les tabatières d'argent entre 27 et 49 livres et les achète à Genève entre 23 et 33 livres. Les croix d'or sont, elles, proposées dans cinq modèles différents allant de 12 à 25 livres pour les plus grandes. Mais il a vendu aussi une croix sertie de diamants pour 84 livres. Les montres, qui sont la grande affaire de ce commerce, sont proposées dans un éventail de prix encore plus large : de 4 livres à 1230 livres¹⁵. Si l'on considère le prix des montres meilleur marché,

l'on comprend alors la vitesse de leur diffusion : pour le plus grand nombre, elles ne représentent que quelques journées de travail.

- 18 Les fournisseurs des Rullier viennent des grands centres de l'horlogerie européenne : la Suisse et l'Angleterre. Ses commandes empruntent plusieurs canaux. D'une part, son neveu va régulièrement s'approvisionner à Genève. D'autre part, quelques maisons, comme Jacquet-Valette, envoient les pièces demandées dans les villes que Rullier leur indique dans ses courriers. Il se fait ainsi expédier le 30 octobre 1772 à Châlons pour 3.463 livres de fournitures. Ces mêmes commandes peuvent transiter par des intermédiaires qui semblent être des correspondants des maisons suisses comme, par exemple, la maison Jacquet de Paris. Quelques fois, les fournitures empruntent un circuit plus compliqué : elles passent par Violle fils à Dijon qui règle les commandes et les fait suivre ensuite dans la ville que Rullier indique ou par Chatel, un orfèvre de la rue des Arcis à Paris, qui prévient ensuite la logeuse parisienne de Rullier, Madame Lanoe. Antoine Perillat, négociant à Lyon, qui, comme Chatel, porte un nom savoyard est aussi un fournisseur régulier de Rullier ; il s'occupe aussi de recevoir des créances qui sont dues au colporteur. De Suisse, les Rullier se font surtout livrer des montres, des chaînes d'or et des tabatières.
- 19 Ils travaillent aussi avec l'autre grand pôle de la production horlogère, l'Angleterre, par l'intermédiaire de correspondants à Londres – comme Jean-François de Laballe – ou à Paris où il utilise Chatel, Voumard et Baignoux pour faire passer ses ordres.
- 20 Les bijoux et des montres bon marché viennent de Paris : M. Guidet fournit des boules d'or, des croix d'or, des boucles d'oreilles, des petits diamants et de la mitraille d'or et il lui expédie des montres bon marché chez quelques orfèvres avec lesquels Rullier travaille pendant sa tournée comme M. Lacasse, par exemple.
- 21 Enfin, on relève quelques fournisseurs provinciaux comme Bellavoine fils, marchand-orfèvre à Blois, ou Langlois de Soissons qui lui expédie des croix et des bijoux, ainsi qu'un certain nombre de fournisseurs qui ont leur négoce dans les villes de sa tournée comme Cernair, orfèvre à Châlons, que le colporteur règle quand il passe à Châlons ; à Boulogne, le colporteur achète de la mitraille d'or et d'argent et à Liesse, Laineault lui vend une année pour plus de 1000 livres de croix d'or et d'argent.
- 22 Les clients des Rullier sont dans leur grande majorité des commerçants et c'est là la grande nouveauté qu'apporte ce livre de compte. On connaissait le colporteur, marchand ambulant vendant aux particuliers au hasard des foires et des rencontres. On connaissait aussi les colporteurs attachés à une fabrique – les « Manchester men » anglais – qui en diffusent les productions. Mais la figure du marchand ambulant indépendant qui s'approvisionne dans de multiples endroits, qui est sans attaches privilégiées avec des fabricants et qui vend en gros, demi-gros et détail aux négociants sédentaires est inédite. Elle ajoute une dimension insoupçonnée au colportage et résout, pour ces objets, au bénéfice du colporteur la question du partage entre négoce sédentaire et commerce ambulant.
- 23 De fait, Rullier approvisionne les commerçants au fur et à mesure des étapes de sa tournée mais aussi par correspondance. Le temps qu'il passe à rédiger des lettres pour envoyer ou faire envoyer les commandes de ses clients en montre toute l'importance. Ce système lui permet de fidéliser une clientèle avec laquelle il peut entrer en relation à tout moment et qui déborde le cadre géographique de sa tournée puisque nous rencontrons des marchands normands dans sa correspondance.

- 24 La clientèle particulière est en revanche rare. Certes, Rullier vend peut-être de petites pièces au comptant qu'il ne prend pas la peine d'inscrire puisque son livre est plus un aide-mémoire de la correspondance envoyée qu'un document comptable utilisable. Les quelques clients qui apparaissent ont acquis soit des pièces de prix : une montre en or à répétition pour l'aubergiste de Maubeuge ou une croix sertie de diamants, soit des montres d'argent de moindre valeur.
- 25 Une autre originalité de son commerce est la pratique de la vente aux particuliers par l'intermédiaire des boutiques de ses clients dans lesquelles il laisse des montres et des bijoux à charge pour le commerçant de les vendre. À Abbeville, par exemple, il a laissé le 6 novembre dans la boutique de M. Lepetit Poilly 4 bagues et 40 diamants jusqu'à son passage suivant le 2 décembre où il a repris les bagues invendues. À Escoffier, négociant à Amiens, il laisse en décembre 1771 une chaîne d'argent en fixant un prix minimum de 120 livres et précise que si le commerçant arrive à en tirer meilleur profit, ils partageront le bénéfice. De la même manière, il vend à un « bourgeois et gentilhomme de Saint-Omer » par l'intermédiaire d'un orfèvre de la ville une luxueuse montre venant de l'assortiment de son frère. Elle est vendue 1.230 livres et il laisse 44 livres de commission à l'orfèvre qui a assuré la vente. Rullier s'occupe des réparations mais nous ne pouvons pas voir selon quelles modalités si ce n'est qu'en attendant le retour de la montre réparée, il en prête facilement une autre.
- 26 Enfin, Pierre fournit aussi quelques marchands forains pour des sommes importantes (789 livres, par exemple, à un marchand forain de Reims; 531 livres puis 203 livres à un autre « demeurant ordinairement à Abbeville, roulant par les foires ». Cette chaîne de fournitures qui suit la hiérarchie des colporteurs est, elle, tout à fait classique.
- 27 L'exemple des Rullier montre que les colporteurs n'ont pas été seulement des vecteurs occasionnels et archaïques d'un mode marchand en pleine mutation, un pis-aller devant le faible développement du réseau boutique et les laissés-pour-compte de l'explosion marchande. Beaucoup ont su saisir les potentialités des marchés en pleine expansion – en particulier ceux du luxe et de la nouveauté – pour se transformer en intermédiaires entre les fabricants et les boutiquiers, tout en continuant à aller à la rencontre de l'acheteur individuel, soit directement, soit par l'intermédiaire de dépôts dans des boutiques.

Chambrelans et revendeuses

- 28 Soulignons aussi la figure mieux connue du chambrelan qui vend illégalement ou qui utilise lui aussi le colporteur pour vendre ses productions à sa place¹⁶. Dans le monde de l'artisanat, les femmes s'occupent fréquemment de la vente illégale des produits de leur mari. Les vendeuses d'éventail se plaçant sur les ponts ou à la sortie des églises où elles peuvent toucher une clientèle féminine nombreuse. La fraude et les ventes illégales qui ont lieu à toutes les étapes de la production sont des pratiques tellement courantes que la police, sauf plaintes particulières des corporations, ignore ces irrégularités¹⁷.
- 29 En fait, la police tolère et utilise les revendeuses. Certaines travaillent en groupe en liaison avec les mouchards de la police, d'autres réussissent à jouer sur les deux tableaux : à la fois indicatrices et revendeuses d'habits volés¹⁸. Les revendeurs et revendeuses partagent beaucoup de points communs avec les colporteurs. Comme eux, ils couvrent le vaste spectre des fortunes négociantes qui va du riche négociant au petit revendeur à l'occasion, proche de la mendicité ; comme eux toujours, ils vendent non seulement aux particuliers mais font aussi le lien entre différents marchands et leurs pratiques sont

souvent similaires puisqu'ils utilisent aussi la mise en dépôt dans les boutiques pour certaines pièces que la clientèle de la rue n'a pas coutume d'acheter. Les habits usagés sont au cœur de cette circulation contrôlée par les fripiers et les revendeurs des deux sexes¹⁹.

Les ventes publiques

- 30 Elles ont lieu suite à trois types d'occasions : le règlement des héritages, la faillite de commerçants et pour se débarrasser des objets mis en gage et non récupérés. D'une manière générale Louis Sébastien Mercier dénonce la mainmise des commerçants sur ces ventes qui font tout pour en interdire l'accès aux particuliers. Elles sont soumises, dit-il, à la *grafinade*.

C'est une compagnie de marchands qui n'enchérissent point les uns sur les autres dans les ventes parce que tous ceux qui sont présents à l'achat y ont part ; mais quand ils voient un particulier qui a envie d'un objet, ils en haussent le prix, et supportent la perte qui, considérable pour une seule personne, devient légère dès qu'elle se répartit sur tous les membres de la ligue. [...] Il y a de ces ligues pour le bijou, le diamant, l'horlogerie : elles empêchent le public de profiter du bon marché ; [...] Cette conspiration contre la bourse des gens chasse de la salle des ventes un nombre infini d'acheteurs qui aiment mieux être rançonnés par un membre de la *grafinade* que par la *grafinade* entière, qui, selon l'expression populaire, a les reins forts, et joute de manière à écarter les plus intrépides. Les crieuses de vieux chapeaux, les revendeuses imitent parfaitement sur ce point les lapidaires, les orfèvres et les marchands de tableaux²⁰.

- 31 Les papiers des meilleurs marchands de la rue du faubourg Saint-Honoré confirment qu'ils ont coutume de constituer une partie de leur stock dans ces ventes publiques²¹.
- 32 Aux dires de Mercier, le succès des marchands à contrôler ces ventes fait que *Les petites affiches*, un des premiers journaux français à annoncer les ventes aux enchères qui ont lieu après les décès, « ne rendent service qu'aux selliers, aux bijoutiers, aux marchandes de modes, aux jeunes seigneurs qui brocantent des chevaux, des tableaux, des diamants »²², alors qu'en rendant l'information sur ces ventes aisément accessibles, le journal aurait dû aider les particuliers à entrer dans ce commerce.

Les « curieux »

- 33 Les grands seigneurs participent, eux aussi, de cette circulation à travers leurs cabinets de curiosité "Nos seigneurs, sous le nom de *curieux*, sont le plus souvent des brocanteurs magnifiques, qui achètent sans besoin, sans passion, et seulement pour avoir de bons marchés, bijoux, chevaux, tableaux, estampes antiques, etc. Ils font des haras ou des cabinets, qui sont bientôt des magasins : on les croirait passionnés pour les beaux-arts ; ils aiment l'argent.

Ces vases, ces bronzes, ces chefs-d'œuvre, auxquels ils semblent tenir, et dont ils se montrent idolâtres, appartiendront à qui voudra les en débarrasser pour de l'or. [...]

²³.

- 34 Les articles *curieux* et *brocanteurs* de *l'Encyclopédie* confirment les propos de Mercier²⁴. Du reste, payer l'achat de nouveaux objets en se débarrassant d'autres acquis antérieurement est pratique courante entre les aristocrates et leurs fournisseurs²⁵.

Le luxe dans la circulation financière

- 35 Il n'est pas question ici d'analyser les mondes de la finance ni d'entrer dans les subtilités des jeux du crédit, mais il convient, pour comprendre le rôle des objets de luxe dans les circuits financiers, de souligner certaines caractéristiques des pratiques financières du XVIII^e siècle. Le crédit est encore très largement interpersonnel et les modalités sont très spécifiques selon qui emprunte et qui prête. Tout se joue autour du temps accordé ou refusé et chacun n'a pas le même accès au temps. Celui-ci se décline selon le statut social : plus il est élevé et plus le temps jouera pour le débiteur et contre le créancier. En conséquence, les sans-statuts, le plus grand nombre, tous ceux qui n'ont pas de propriété pour garantir leurs emprunts, auront accès – si l'on excepte les crédits relationnels – à un crédit qui n'est en réalité qu'une vente à effet différé : au prêt sur gage.
- 36 Toutefois, un seul type de dette, les dettes de jeu, ne relève pas de la relation qui lie temps et statut social et celles-ci doivent être payées, sinon immédiatement, du moins sans délai. De fait, les dettes de jeu échappent aux cultures ordinaires du crédit car jouer est, par essence, consommer de l'argent. Il n'est donc pas question, sous peine de dénaturer l'acte même de jouer, de faire entrer ces dettes dans une économie du crédit liée au futur, alors qu'elles ressortent d'une économie de la consommation qui est liée au présent. Or, le jeu est une activité très répandue à la cour comme à la ville.

Revendeuses à la toilette et courtiers

- 37 L'absence d'institutions financières jointe à la faiblesse de la circulation monétaire et aux multiples occasions qui poussent les uns et les autres à avoir besoin de liquidité a fait naître des métiers d'intermédiaires qui requièrent discrétion et capacité d'entrer dans toutes les demeures. En outre l'aristocratie ne peut ouvertement se livrer au commerce. Certains de ces métiers sont l'apanage des femmes comme celui de *revendeuses à la toilette*, d'autres sont occupés par les deux sexes comme les *courtiers*.

Les revendeuses à la toilette entrent partout. Elles vous apportent les étoffes, les dentelles, les bijoux de ceux qui veulent avoir de l'argent comptant pour payer les dettes du jeu. Elles sont les confidentes des femmes les plus huppées, qui les consultent, et arrangent plusieurs affaires d'après leurs avis. Elles ont des secrets curieux, et les gardent d'ordinaire assez fidèlement.

« Il faut qu'une revendeuse à la toilette, a dit quelqu'un, ait un caquet qui ne finisse point, et néanmoins une discrétion à toute épreuve, une agilité renaissante, une mémoire qui ne confonde pas les objets, une patience que rien ne lasse, et une santé qui résiste à tout. Il n'y a de ces femmes-là qu'à Paris. Elles font leur fortune en très peu de temps [...] »²⁶.

- 38 Le dictionnaire de Trévoux mentionne aussi leur existence :
- On appelle à Paris *revendeuses à la toilette*, certaines femmes qui portent dans les maisons particulières des nippes ou bijoux dont on veut se défaire²⁷.
- 39 Savary insiste lui aussi sur l'aspect uniquement parisien du métier, mais il souligne aussi leur rôle dans la diffusion des marchandises de contrebande :

On appelle à Paris Revendeuses à la toilette, certaines femmes dont le métier est d'aller dans les maisons revendre les hardes, nippes et bijoux dont on veut se défaire. Elles se mêlent aussi de vendre et débiter en cachette, soit pour leur compte, soit pour celui d'autrui, certaines marchandises de contrebande ou entrées en fraude, comme étoffes des Indes, toiles peintes, dentelles de Flandres, etc.[...]²⁸.

40 La femme Léonard « courtière et revendeuse à la toilette », doit à cinq créanciers près de 30 000 livres pour des « marchandises confiées » parmi lesquelles figurent un marchand mercier et une mercière et elle revend de tout : tapis de Perse, étoffes des Indes, satins, robes, bijoux, montres²⁹. Marie-Anne Riffant est une autre de ces revendeuses à la toilette, spécialisée dans les toiles et les mousselines en concurrence illégale avec l'activité des lingères. En outre, elle prête de l'argent à d'autres usurières³⁰.

41 Écoutons encore Mercier décrire l'activité des *courtiers*.

[...] L'homme qui vous propose de l'argent a l'air hâve, famélique ; il porte un habit usé. Il est toujours las ; il s'assied en entrant : car il arpente dans un jour tous les quartiers de la ville, pour faire correspondre les ventes et les achats, et pour lier les fréquents échanges de différentes marchandises. Vous livrez d'abord entre ses mains vos billets ou lettres de change. Il sort : toute la clique des courtiers, les aura scrutés en moins d'une heure. Alors il reviendra vous offrir une pacotille de bas, de chapeaux, de galons, de toile, de soie crue, de livres ; il vous amènera jusqu'à des chevaux. C'est à vous de métamorphoser ces objets en argent. Vous voilà tout à coup chapelier, bonnetier, libraire, ou maquignon. Voilà donc votre billet payé en marchandises. Vous obtenez quelquefois un quart en argent ; et le même courtier, auquel vous êtes obligé de recourir, est encore l'homme propre à vous débarrasser des marchandises qui vous pèsent. Nouvel agiotage qui réduit bientôt votre billet au tiers de sa valeur³¹.

42 Le manque d'espèces est alors tantôt cause et tantôt prétexte à une circulation parallèle des marchandises.

Les « affaires »

43 Outre les brocanteurs qui se cachent derrière certains collectionneurs, la revente de la mode est une importante activité entre particuliers. Cette activité s'appellerait simplement *affaires* :

C'est le terme générique pour désigner toute espèce de brocante. Les bagues, les étuis, les bijoux, les montres circulent en place d'argent. Celui qui en a besoin commence par se faire une boutique toute formée. Il perd, il est vrai, la moitié et plus, quand il veut réaliser ; mais tout cela s'appelle *affaires*. Les jeunes gens en font beaucoup. Les robes, les jupes, les déshabillés, les toiles, les dentelles, les chapeaux, les bas de soie entrent aussi dans ces échanges. On sait qu'on sera trompé ; mais le besoin l'emporte, et l'on prend toutes sortes de marchandises. Une foule d'hommes exercent cette industrie destructive, et les gens de qualité ne s'y montrent pas les moins habiles³².

44 Plus loin, Mercier revient sur ce commerce :

Le commerce des bijoux est immense ; c'est parmi les hommes opulents une brocante perpétuelle. On trouve chez quelques particuliers des magasins de bijouterie, qui le disputent aux boutiques des joailliers ; ils sont jaloux et fiers de cette honorable renommée³³.

- 45 Mercier voit l'origine de cette circulation des objets de luxe entre particuliers dans les rythmes toujours plus rapides du changement des modes et dans l'impératif de posséder certains objets comme les tabatières et les bijoux en nombre³⁴. Il rejoint en cela les analyses de Georg Simmel que les travaux de Carlo Poni sur les stratégies des marchands de soie lyonnais ont récemment étayées³⁵.
- 46 Cette circulation est à la fois générée par le besoin de renouvellement de la mode et par le simple besoin d'argent qu'il soit pour aider à acquérir les derniers objets de goût, ou pour toutes autres raisons. Reste que bijoux et articles de mode circulent alors comme du papier-monnaie, sauf que leur dévaluation est importante et très rapide. Les métiers du vêtement sont tous pris dans cette circulation financière, par essence usuraire, vu la forte perte de valeur dès la première revente. L'importance de ce marché se dit dans la répartition numérique des professions du vêtement : la confection neuve regroupe, vers 1725, 3500 tailleurs et couturières contre environ 700 fripiers, autant de marchandes lingères mais il y a 6000 à 7000 revendeuses³⁶...

La mise en gage

- 47 Dans les milieux populaires et urbains, la mise en gage d'objet est incessante dès que le travail manque. Cette pratique est le fait des groupes sociaux et des économies trop pauvres pour permettre une économie du risque qui compte avec le temps ; la violence sociale de l'économie et la fragilité des existences obligeant à vivre dans une économie de l'aléatoire qui ne compte qu'avec l'instant. Le prêt sur gage est alors l'instrument financier majeur de ces économies.
- 48 Parce que ce secteur privé de l'économie financière est très actif et puissant et conduit le plus souvent aux grands marchands et financiers, les Monts de Piété ont eu beaucoup de mal à s'installer en France. Toutes les tentatives de création de Monts de Piété – bien que des gens comme Colbert y étaient favorables – ont échoué en France jusqu'à la fin des années 1770³⁷. Là, l'augmentation du paupérisme et la pression d'un groupe de banquiers et d'hommes politiques qui, comme Necker, croient à la nécessité d'un crédit bon marché et pensent que ce mode d'aide aux pauvres est plus efficace que l'aumône a permis la création le 9 décembre 1777 du Mont-de-Piété parisien³⁸. Son succès est immédiat. Dès le 30 mars, l'affluence est telle qu'il faut agrandir les magasins et créer plusieurs divisions³⁹. De fait, le Mont de Piété est la seule institution qui permette de combattre les pratiques financières des intermédiaires privés qui jouent sur le manque et la nécessité.
- 49 Écoutons une fois encore Louis Sébastien Mercier qui a assisté à l'ouverture de ce Mont-de-Piété:

On vient enfin d'établir un *mont-de-piété*, qu'ailleurs on nomme *lombard* ; et l'administration, par ce sage établissement si longtemps désiré, a porté un coup mortel à la barbare et âpre furie des voraces usuriers, toujours acharnés à dépouiller les nécessiteux.[...]. Rien ne prouve mieux le besoin que la capitale avait de ce *lombard*, que l'affluence intarissable des demandeurs. On raconte des choses si singulières, si

incroyables, que je n'ose les exposer ici avant d'avoir pris des informations plus particulières qui m'autorisent à les garantir. On parle de *quarante tonnes remplies de montres d'or*, pour exprimer sans doute la quantité prodigieuse qu'on y en a porté. Ce que je sais, c'est que j'ai vu sur les lieux soixante à quatre-vingt personnes, qui attendant leur tour, venaient faire chacune un emprunt qui n'excédait pas *six livres*. L'un portait ses chemises; celui-ci un meuble; celui-là un débris d'armoire; l'autre ses boucles de souliers, un vieux tableau, un mauvais habit, etc. On dit que cette foule se renouvelle presque tous les jours, et cela donne une idée non équivoque de la disette extrême où sont plongés le plus grand nombre des habitants. [...].

L'opulence emprunte de même que la pauvreté. Telle femme sort d'un équipage, enveloppée dans sa capote, et y dépose pour vingt-cinq mille francs de diamants, pour jouer le soir. Telle autre détache son jupon, et y demande de quoi avoir du pain.[...].

On assure que le tiers des effets ne sont pas retirés : nouvelle preuve de l'étrange disette de l'espèce monnayée. Les ventes qui se font offrent beaucoup d'objets de luxe à un bas prix; ce qui peut faire un peu de tort aux petits marchands. Mais d'ailleurs il n'est pas mauvais que ces objets-là, qui avaient une valeur démesurée, perdent aujourd'hui de leur taux insensé.

Il s'est déjà glissé dit-on des abus dans cette administration. On rudoie un peu trop le pauvre peuple, on prise les objets offerts par l'indigent à un trop vil prix; ce qui rend le secours presque inutile. Il faudrait que le sentiment de la charité dominât entièrement, et l'emportât sur de futiles et vaines considérations. Il ne serait pas difficile de faire de cet établissement le *temple de la miséricorde*, généreuse, active et compatissante. Le bien est commencé; pourquoi ne s'achèverait-il pas de manière à satisfaire surtout les plus infortunés?⁴⁰

- 50 Les lettres patentes du 9 décembre 1777 avaient fixé la quotité des prêts aux quatre cinquièmes de la valeur, au poids, pour l'or et l'argent et aux deux tiers de la valeur estimée pour les autres objets. Les appréciateurs furent choisis parmi les huissiers-commissaires priseurs du Châtelet et le droit de prisée calculé à 1 denier par livre. Le taux des prêts fut arrêté à 10 % implicitement par l'autorisation de retenir 2 deniers par livre et par mois pour frais de régie. Un prêt de 3 livres est le chiffre minimum⁴¹.
- 51 La première mission de ces établissements est d'aider les pauvres, mais ils viennent aussi en aide à d'autres couches sociales fortement endettées. Le Mont-de-Piété parisien aurait joué le rôle d'une véritable banque pour les artisans comme l'atteste la nature des objets mis en gage et la modicité des prêts. Sur 600.000 prêts annuels, 550.000, allant de 3 à 24 livres occasionnaient des dépenses supérieures au produit⁴². Quatre divisions de l'établissement recevant chacune près de 80.000 articles pour un million environ, en 1789, étaient réservées aux hardes, linges, toiles, étoffes en coupons. Dans trois autres divisions, on engageait les objets plus précieux. Dans la première figuraient les diamants,

bijoux, dentelles, marchandises neuves. En 1789, le montant des 52.221 engagements de cet ordre s'élevait à 7.630.667 livres. De tels chiffres justifient les dires de Mercier sur l'opulence qui emprunte de même que la pauvreté. Dans la seconde division, on engageait l'argenterie, les montres, les bronzes, les boucles, les épées, les tableaux. Elle est très achalandée, on y enregistre 89 461 articles pour une valeur de 5.420.145 livres. Dans la seule journée du 26 août 1783 il a été déposé 139 montres en or. Déjà à cette époque, les engagements journaliers atteignent 1.800 à 2.000 objets pour un montant de 60.000 livres. Sur ces 60.000 livres, 43.000, plus des deux tiers, sont réglés aux 500 à 600 clients des deux divisions riches, tandis qu'un bon tiers, 17.000 livres, se répartit entre les clients trois fois plus nombreux (environ 1500) des cinq divisions ordinaires⁴³.

- 52 En janvier 1789, Desbois de Rochefort, dans son *Mémoire sur les calamités de l'hiver 1788-1789*, estime le chômage dans l'horlogerie dû en partie aux ventes du Mont-de-Piété et dans les cahiers de doléances, la communauté des marchandes de mode plumassières se plaint également de la concurrence du Mont-de-Piété. Les observations des employés de l'établissement permettent de nuancer ces accusations car elles montrent que les engagistes sont souvent des marchands et cette assertion est confirmée par une remarque des huissiers-appréciateurs dans leurs *Observations sur le Mont-de-Piété*, parues en 1790. Selon eux, l'établissement est calomnié par les commerçants, car la vaisselle d'argent est vendue au-dessus du prix courant des orfèvres, qui ne l'en achètent pas moins, comme les horlogers les montres⁴⁴. Une fois encore, Mercier a raison de souligner que l'instauration du Mont de Piété parisien a fait baisser le prix des diamants et des objets de luxe, ce dont il se réjouit, même si cela a fait « un peu de tort aux petits marchands⁴⁵ ».
- 53 Le fonctionnement du Mont-de-Piété parisien donne à réfléchir aussi sur l'engouement du petit peuple pour les montres en or et les bijoux que dévoilent les inventaires après décès⁴⁶ : l'alternative n'est peut être pas seulement entre leur utilité propre et une volonté d'imiter l'aristocratie⁴⁷ car ils sont aussi des objets de valeur aisément monnayable. Ainsi un même matin de 1788 passent, entre autres, devant les appréciateurs du Mont-de-Piété deux sages-femmes, un marchand de vin et un tailleur qui font évaluer leur montre en or 84 livres ; puis un cordonnier avec des boucles d'argent pour 32 livres ; un bijoutier avec une pendule à 252 livres ; une bourgeoise de la rue d'Argenteuil qui remet pour 150 livres d'argenterie ; un menuisier apporte les œuvres de Voltaire en sept volumes ; un danseur aux Délassements-Comiques engage ses effets de théâtre ; un particulier dépose 4 tableaux, estimés 260 livres etc., etc.⁴⁸
- 54 Les fonctionnements du Mont-de-Piété – comme d'ailleurs celui des nombreuses officines de prêt sur gage – montrent combien il est important de resituer les gestes d'achat et de vente des objets non seulement dans une économie symbolique mais aussi dans les fonctionnements réels et les logiques de l'économie quotidienne. C'est dire qu'il ne faut pas envisager le commerce du luxe comme si l'Europe du XVIII^e siècle avait déjà, comme celle du XX^e siècle, une claire séparation des secteurs marchands et financiers, mais se replacer et penser dans le contexte d'une époque, où l'argent est rare, l'échange marchand omniprésent, où le travail et la vie sont aléatoires, et où les institutions financières commencent à peine à prendre naissance. Plus que comme objets de luxe, ceux-ci circulent alors comme de la monnaie-marchandise et cette circulation ne concerne pas seulement les commerçants licites -ou illicites- en difficulté mais touche l'ensemble des particuliers. En retour, elle joue un rôle non négligeable dans l'économie de l'ostentation et dans l'économie citadine tout court à laquelle elle donne un élément indispensable de souplesse.

NOTES

1. Carolyn Sargentson, *Merchants and Luxury Markets. The Marchants Merciers of Eighteenth-Century Paris*, London, Victoria and Albert Museum studies in the history of art and design, 1996.
2. Robert M. Isherwood, *Farce and Fantasy: Popular Entertainment in Eighteenth-Century Paris*, Oxford, Oxford UP, 1986. Carolyn Sargentson, *op. cit.*, p. 66.
3. Daniel Roche, *Le Peuple de Paris*, Paris, Aubier, 1981.
4. Jacques Savary des Bruslons, *Dictionnaire universel de commerce, d'histoire naturelle et des Arts et Métiers*, 5 vol. Copenhague, 1759.
5. Daniel Roche, *op. cit.*, *Le Peuple de Paris* ; Id., *La culture des apparences. Une histoire du vêtement XVII^e-XVIII^e siècle*, Paris, Fayard, 1989 ; Id., *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVII^e-XIX^e siècle*, Paris, Fayard, 1997.
6. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, édition établie sous la direction de Jean-Claude Bonnet, Mercure de France, Paris, 1994, tome 1, chap. CCCXCVIIp. 1088 ; Daniel Roche, *La culture des apparences*, [...] *op. cit.*, p. 87-117 et *Le Peuple de Paris*, *op. cit.*
7. Georg Simmel, « Fashion » publié originellement dans *International Quarterly*, 10, 1904. Réédité dans Georg Simmel, *On Individuality and Social Forms. Selected Writings*, édité et avec une introduction de Donald N. Levine, The University of Chicago Press, Chicago, 1971, p. 294-323 ; Charles F. Sabel et Jonathan Zeitlin, « Historical Alternatives to Mass Production: Politics, Markets and Technology in Nineteenth-Century Industrialisation », *Past and Present*, 1985 ; Daniel Roche, *La culture des apparences* [...], *op. cit.*
8. Cissie Fairchild, « The Production and Marketing of Populuxe Goods in Eighteenth-Century Paris », in *Consumption and the World of Goods*, John Brewer et Roy Porter (eds.), Routledge, Londres, 1993, p. 228-248 (part. p. 242).
9. Louis Sébastien Mercier, *Le Nouveau Paris*, *op. cit.*, Etalages p. 1212-1214. « Vers 1680-1700, les études comptent entre 400.000 et 500.000 parisiens ; vers 1750, Paris a sûrement frôlé les 600.000 habitants et dépassé les 700.000 à la veille de la Révolution », Daniel Roche, *La culture des apparences* [...], *op. cit.*, p. 71 et *Le Peuple de Paris*, *op. cit.*, p. 254-256.
10. Pierre Verlet, « Le commerce des objets d'art et les marchands merciers à Paris au XVIII^e siècle », *Annales ESC*, 1958, XII, p. 10-29 (15-17) ; Jean Hillairet, *Dictionnaire Historique des rues de Paris*, Paris, 1963 ; Carolyn Sargentson, *op. cit.*, Claire Walsh, « Shopping in Early-Modern London c. 1660-1800 », thèse de l'Institut universitaire européen, Florence, 2001.
11. Carolyn Sargentson, *op. cit.*, p. 18-20.
12. Laurence Fontaine, *Histoire du colportage en Europe*, Paris, Albin Michel, 1993.
13. Archives de la Seine, D5 B6 889. Jean Baptiste Duport l'aîné vend, dans les années 1780, en plus des tissus qui constituent son fonds, quelques montres en or autour de 175 livres, 200 livres et de 60 livres pour celles qu'il propose en argent ainsi que des tabatières en carton. De même, Cahen qui a laissé un cahier de 15 pages sur ses achats, ventes et dépenses en 1770, année où il projette une tournée jusqu'en Pologne, achète et vend des mouchoirs d'indienne, des montres, des gants et des petits bijoux. Les colporteurs libraires ajoutent aussi toujours des montres à leur assortiment ; Archives de la Seine D5 B6 592, *Livre de compte de Gilles Noël colporteur libraire*. Il vend aussi des montres d'or de Genève pour 300 livres, 280 livres ; des montres à répétition et à boîtier d'or de Paris pour 312 livres.

14. Laurence Fontaine, *op. cit.* ; Hélène Viallet, *Les Alpes et la vie d'une communauté montagnarde : Beaufort du Moyen Âge au XVIII^e siècle*, Mémoires et Documents publiés par l'Académie Salésienne t, 99, Documents d'ethnologie régionale, n° 15, 1993.
15. Voici la variété de prix et de qualités que nous avons pu relever. Rullier a vendu une montre d'or à répétition avec un portrait émaillé à figure, un cercle de diamant et un poussoir en diamant : 1.230 livres; une montre à répétition en or : 475 livres ; des montres d'or gravées entre 160 et 200 livres; des montres d'or entre 182 et 123 livres ; des montres d'argent entre 90 et 60 livres ; une chaîne d'or pour 200 livres et d'autres en argent dont il espère 120 livres. À côté de ces montres bijoux, l'on rencontre six montres à ressort de Paris qu'il a achetées 12 livres et quarante-cinq montres « non d'or » qu'il a acquises pour 406 livres 10 sols, ce qui met la montre à à peine plus de 9 livres pièce. Enfin, une énigmatique mention de deux montres pour 4 livres. Sur les montres à répétition, voir David S. Landes, *Revolution in Time. Clocks and the Making of the Modern World* (1983), traduction française : *L'heure qu'il est. Les horloges, la mesure du temps et la formation du monde moderne*, Paris, Gallimard, 1987, p. 310.
16. Cissie Fairchild, art. cit., p. 237 ; Steven L. Kaplan, « Les corporations, les "faux-ouvriers", et "Le faubourg St Antoine" au XVIII^e siècle », *Annales ESC*, 1988, p. 353-378, et « Les "faux ouvriers" de Paris au XVIII^e siècle », in *La France d'ancien régime : Études réunies en l'honneur de Pierre Goubert*, vol. 1, Toulouse, 1984, p. 325-331 ; Michael Sonenscher, *Work and Wages : Natural Law, Politics and the Eighteenth-Century French Trades*, Cambridge, Cambridge U P, 1989 ; Raymonde Monnier, *Le faubourg Saint Antoine (1789-1817)*, Paris, Société des études robespierristes, 1981, p. 49-81.
17. Cissie Fairchild, art. cit., p. 240-241.
18. Daniel Roche, *La culture des apparences [...]*, *op. cit.*, p. 318-319.
19. *Ibid.*, p. 313-345. Sur les fripières spécialisées dans la revente des habits de cour, voir Carolyn Sargentson, *op. cit.*, p. 106-107.
20. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 2, chap. DLXVI, p. 109-111.
21. Carolyn Sargentson, *op. cit.*, p. 32. En Angleterre, les prêteurs sur gage souffrent aussi de ces ententes de la part de groupes habitués des salles des ventes qui ont su se lier avec des membres de leur personnel. Des objets de valeur mis en vente par les prêteurs sont alors souvent exposés dans des salles presque inaccessibles, sauf pour un petit nombre d'initiés. Invisible pour la plupart des acheteurs, le groupe complice achète très vite et à très bas prix ces objets. Voir Melanie Tebbutt, *Making Ends Meet. Pawnbroking and Working Class Credit*, London, Methuen, 1984, p. 82.
22. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 2, chap. DCXX, p. 312.
23. *Ibid.*, t. 1, chap. CCCIX, p. 808-809.
24. Voir aussi Annie Becq, « Artistes et marché », in Jean-Claude Bonnet (éd.), *La Carmagnole des Muses. L'homme de lettres et l'artiste dans la Révolution*, Paris, Armand Colin, 1988, p. 81-95.
25. Carolyn Sargentson, *op. cit.*, p. 32-33.
26. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 1, chap. CLXVI, p. 392.
27. *Ibid.*, p. 392, note 1.
28. Jacques Savary des Bruslons, *op. cit.*, article : revendeur, revendeuse.
29. Daniel Roche, *La culture des apparences*. *op. cit.*, p. 336.
30. *Ibid.*, chap. XII p. 336-337.
31. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 1, chap. DLIII, Courtiers, t. 2, p. 57-60.
32. *Ibid.*, t. 1, chap. CLI, p. 365-366.
33. *Ibid.*, chap. CLXXV, p. 415.
34. Ainsi les tabatières qui sont différentes en été et en hiver : légères dans un cas et lourdes dans l'autre et qui doivent être changées chaque jour. « C'est à ce trait caractéristique que l'on connaît [reconnaît] un homme de goût. On est dispensé d'avoir une bibliothèque, un cabinet d'histoire naturelle et des tableaux, quand on a trois cents boîtes et autant de bagues », *ibid.*

35. Georg Simmel, « Fashion », art. cit. ; Charles F. Sabel et Jonathan Zeitlin, art. cit. ; Carlo Poni montre comment les marchands ont utilisé cette tendance intrinsèque de la mode : « Fashion as Flexible Production : the Strategies of the Lyon Silk Merchants in the Eighteenth-Century », in Charles F. Sabel et Jonathan Zeitlin (eds.), *Worlds of Production : Flexibility and Mass Production in Western Industrialisation*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997. Voir aussi Carolyn Sargentson, *op. cit.*, chap 5 : Design and Innovation : Markets for Patterned Silks, p. 97 sq.
36. Daniel Roche, *La culture des apparences [...]*, *op. cit.*, p. 328 et 344.
37. Yannick Marek, « Au carrefour de l'économique et du social : l'histoire du mont-de-piété de Rouen (1778-1923) », *Le Mouvement social*, n°116, 1981, p. 70-71 et *Le «clou» rouennais des origines à nos jours (1778-1982) du Mont-de-Piété au Crédit municipal. Contribution à l'histoire de la pauvreté en province*, Rouen, 1983, Éditions du P'tit normand ; Jean-Pierre Gutton, « Lyon et le crédit populaire sous l'Ancien Régime : les projets de monts-de-piété », in *Studi in memoria di Federigo Melis*, vol IV, Giannini Editore, 1978, p. 147-154.
38. Yannick Marek, art. cit., p. 70.
39. En 1783, on compte 406 428 articles pour 16 millions et demi (16.659.733 l.), en 1787, il y a 70.000 de plus (477.666) pour 18 millions (18.212.019). En 1780, il y a 50 employés, en 1782, 60 ; en 1787, 84. En 1789 le gros mouvement des deux hivers précédents nécessite 7 magasiniers, 82 gagistes, 88 commis qui, joints au personnel de direction donne un total de 194 agents (Robert Bigo, « Aux origines du Mont-de-Piété parisien », *Annales d'histoire économique et sociale*, 1932, p. 113-126, part. p. 118)
40. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 1, chap CCLXII, Mont-de-piété, p. 662-664.
41. Robert Bigo, art. cit., p. 121.
42. Robert Bigo, art. cit.
43. Sur les 1.500.000 livres de ventes, en 1788, il y a 600.000 livres de hardes venant des nécessiteux, 300.000 l. de vaisselle d'argent, 200.000 l. de montres, 200.000 l. de bijoux et seulement 200.000 livres de marchandises, *ibid.*, p. 121-125.
44. *Ibid.*, p. 122-123
45. Louis Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, *op. cit.*, t. 1, chap. CCLXII, p. 664-663.
46. Vers 1700, à Paris, la montre est déjà présente chez 13% des domestiques et 5 % des salariés. Elle se répand rapidement tout au long du XVIII^e siècle et, dans la décennie 1780, 70 % des inventaires de domestiques en signale et 32 % chez les salariés. Daniel Roche, *Le peuple de Paris*, *op. cit.*, p. 226. Dans un premier temps, ce sont les montres de petit prix qui sont acquises (27,1 % en 1725 et 17,2 % en 1785) mais le phénomène majeur est la croissance foudroyante des montres en or (7,1 % en 1725 contre 54,7 % en 1785). Les bijoux suivent la même tendance et leur fréquence dans les inventaires passe de 49,2 % en 1725 à 78,1 % en 1785. Cissie Fairchild, art. cit., p. 230. La baisse des montres de petits prix est à prendre avec précaution : elle peut signifier simplement qu'elles ne sont plus assez considérées par beaucoup pour être relevées dans les inventaires.
47. Cissie Fairchild, art. cit.
48. Robert Bigo, art. cit., p. 124.

AUTEUR

LAURENCE FONTAINE

CNRS/CRH