

JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY HISTORY OF IDEAS



2015

Volume 4 Issue 7

Item 2

– Section 2 : Articles –

Lorsque le luxe bégaye : enquête sur les
relations entre État et ‘choses banales’

France, XVIII^e-XIX^e siècles

by

Audrey Millet



JJHI 2015

Volume 4 Issue 7

Section 1: Editorials

1. *Gastronomy and Revolution* (M. Albertone – E. Pasini)

Section 2: Articles. Special Issue: Erasmian Science

2. *Lorsque le luxe bégaye: enquête sur les relations entre État et 'choses banales'. France, XVIII^e-XIX^e siècles* (A. Millet)
3. *Writing for Women at the Beginning of the Seventeenth Century: Hugh Platt's Delights for Ladies* (D.-C. Rusu)
4. *Algérie, terre promise. Plaidoyer pour une Algérie française dans la pensée de Buchez et ses disciples. (1830-1848)* (M. Lauricella)

Section 3: Notes

8. *Review-Interview with Roger Cooter. The Critical Intellectual in the Age of Neoliberal Hegemony* (P.D. Omodeo)

Section 4: Reviews

6. *Book Reviews* (S. Mammola, E. Pasini)

Section 5: News & Notices

7. *Activities of the GISI | Les activités du GISI (2015)*

.....

Lorsque le luxe bégaye : enquête sur les relations entre État et 'choses banales'

France, XVIII^e-XIX^e siècles

Audrey Millet *

Cet article explore les relations étroites entre demande et économie politique durant la première industrialisation. Marquée par le déferlement des choses banales, la période est aussi représentée par la légende noire d'un colbertisme dirigiste qui privilégierait les industries du luxe. Pourtant, l'État prend part au processus de commoditization des biens réclamés par les consommateurs. Si les catégories traditionnelles d'analyse sont bien en crise, elles sont aussi en cours de reformulation. L'envie de confort et de bien-être est soutenue et débattue par une politique économique française, certes inaboutie, mais qui dont les conséquences sont remarquables. La traditionnelle société d'ordres s'effrite. Cet article permet de saisir le nouveau rapport entre Etat et culture matérielle : un nouveau monde se met en place, celui du Made in France.



1 EN 1751, Jean-François de Saint-Lambert présente le luxe comme un désir commun à tous les hommes et presque toutes les sociétés. Néanmoins, sa définition n'a rien de lisse et chacun, selon ses origines sociales et sa fortune, chacun perçoit dans les objets sa propre vision du luxe.

* Université Charles-de-Gaulle Lille 3 (audreypatrizia@yahoo.fr).

Le *luxe* a pour cause première ce mécontentement de notre état ; ce désir d'être mieux, qui est & doit être dans tous les hommes [...]. Le désir de s'enrichir entre donc & doit entrer dans le nombre des ressorts de tout gouvernement qui n'est pas fondé sur l'égalité & la communauté des biens ; or l'objet principal de ce désir doit être le *luxe* ; il y a donc du *luxe* dans tous les états, dans toutes les sociétés¹.

Les mots de Saint-Lambert sont annonciateurs des transformations du XVIII^e et XIX^e siècles. La révolution des consommateurs va de pair avec une révolution des objets². La première industrialisation s'est appuyée sur ce que l'historiographie récente appelle "la révolution des consommateurs" : une consommation et une circulation accrue de tous les objets du quotidien, ces "choses banales" que sont tissus, dentelles, tapisseries, papiers peints, vaisselle³. Bien étudiés par les anglophones dès les années 1990, en particulier dans l'ouvrage collectif *Consumption and the World of Goods*, les *populuxe goods* s'immiscent dans le quotidien des Français⁴. Cet article a pour ambition de questionner les relations entre la demande des consommateurs et l'économie politique en France durant le XVIII^e siècle⁵. Néanmoins, cet article ne prétend pas épuiser le thème. Alors que la France d'Ancien Régime est toujours sujette à la légende noire d'un

¹ J.-F. de Saint-Lambert, "Luxe", dans D. Diderot, J. Le Rond d'Alembert, *Encyclopédie* (1751).

² Le terme de consommateur appliqué au XVIII^e siècle est aujourd'hui largement accepté. Voir à ce sujet : Jan De Vries, "The Industrial Revolution and the Industrious Revolution", *The Journal of Economic History*, 1994, vol. 54, n° 2, p. 249-270. Daniel Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVII^e-XIX^e siècles)*, Paris, Fayard, 1997, introduction. Jean-Yves Grenier, "Consommation et marché au XVIII^e siècle", *Histoire & Mesure*, 1995, vol. 10, n° 3-4, p. 371-380. Le terme de consommateur appliqué au XVIII^e siècle est aujourd'hui largement accepté. Voir à ce sujet : Jan De Vries, "The Industrial Revolution and the Industrious Revolution", *The Journal of Economic History*, 1994, vol. 54, n° 2, p. 249-270. Daniel Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVII^e-XIX^e siècles)*, Paris, Fayard, 1997, introduction. Jean-Yves Grenier, "Consommation et marché au XVIII^e siècle", *Histoire & Mesure*, 1995, vol. 10, n° 3-4, p. 371-380.

³ Daniel Roche, *Histoire des choses banales*, 1997. Michael Kwass, "Ordering the World of Goods : Consumer Revolution and the Classification of Objects in Eighteenth Century France", *Representations*, vol. 82, n° 1, 2003, p. 87-116.

⁴ John Brewer et Roy Porter R. (dir.), *Consumption and the World of Goods*, Routledge, Londres, 1993.

⁵ J'entends par 'demande' le rapport des hommes aux biens matériels et par 'économie politique' l'exposé de ce qui est et devrait être à partir des savoirs et des publications du temps. Voir Alain Béraud, "Walras et l'économie publique", *Oeconomia*, 2011, vol. 2011, n° 3, p. 351-392.

Colbertisme-dirigiste, l'analyse de la réaction des autorités politiques face à la multiplication des fabriques, des objets à moindre coût et au désir d'acheter et de consommer, permet de relire les tendances politiques en matière d'économie¹. À la suite des travaux contribuant à redessiner le paysage historiographique de la révolution industrielle, nous proposons d'examiner les relations entre désir de consommer et réaction de l'État en replaçant à sa juste place, la première, la demande du consommateur, en objets de luxe ou plus ordinaires, dans le développement économique. Comment l'État envisage-t-il la formation, la distribution et la consommation des nouveaux produits manufacturés ? Quelle est la réaction des élites politiques face au déferlement des choses banales et aux nouvelles catégories de produits, à l'envie de bien-être, dans un pays où l'industrie manufacturière de luxe est organisée au sommet de la hiérarchie ? Est-il possible d'analyser l'attitude de l'État à l'égard du processus de *commoditization* ? En bref, pour les autorités politiques objets de luxe et choses banales font-ils bon ménage ? C'est à la croisée de l'histoire économique et sociale, de la culture matérielle et de l'histoire politique que nous devons envisager les rapports entre demande et économie politique.

Dans un premier temps, il est nécessaire de dresser rapidement le paysage du luxe en France en abordant son marché et les catégories en train de se rompre. Après avoir considéré ces transformations, il s'agit d'examiner les objets à moindres coûts et le désir grandissant de consommer. Enfin, le glissement des discours sur le luxe et les objets ordinaires puis les réactions de l'État à l'égard des changements entre absence de réaction et régulation permettent de saisir les ressorts de l'économie politique en France durant les XVIII^e et XIX^e siècles.



¹ Steven Kaplan, Philippe Minard, *La France, malade du corporatisme ? XVIII^e-XX^e siècles*, Paris, Belin, 2004. Philippe Minard, *La fortune du colbertisme. État et industrie dans la France des Lumières*, Paris, Fayard, 1998.

2 DÈS LE XVII^e siècle, la consommation devient un thème de réflexion privilégié, sous un angle économique, mais aussi social et normatif. Les biens – vaisselle, textile, éventails... – sont en abondance suffisante pour que leur usage devienne un phénomène social large mais assez rares encore pour que cet usage soit différencié. Les économistes développent deux idées essentielles : le nombre des hommes est moins important que leur consommation pour juger de la richesse d'un pays et la différenciation sociale des consommations, chère à Richard Cantillon (1680-1734) est une caractéristique forte pour comprendre la dynamique d'une société¹. Les envies et les pratiques considérablement modifiées font de la consommation un sujet prisé de la rue aux services de l'État. Les transformations interrogent à la fois les caractéristiques d'une économie du luxe et la crise des catégories d'analyse, tout comme elle oblige à interroger la méthodologie à employer.

Les chercheurs ont questionné des comportements économiques focalisant ainsi leur attention sur les agents et leurs actions². Toutefois, la méfiance est de mise car, pour l'historien, il s'agit de ne pas insérer l'*homo economicus* dans une permanence intemporelle mais bien d'historiciser le marché du luxe³. Aujourd'hui, pratiques et représentations du marché, économie politique savante et théories des praticiens s'articulent autour des débats de la notion polanyienne d'*embeddedness* et de "culture de marché"⁴. La thèse centrale de Karl Polanyi est que "la naissance du marché et de l'*Homo oeconomicus* apparaissent étroitement corrélées". En justifiant et en consacrant l'émergence d'un "marché autorégulateur", l'idéologie libérale aurait permis le "désencastrement" de l'économie et de la technique⁵. Néanmoins, il s'agit aussi de s'intéresser à la production, la consommation et aux différences d'échelles des échanges⁶. À y regarder de plus

¹ Daniel Roche, *Histoire des choses banales*, 1997. On se référera aux théories des physiocrates, comme celles de François Quesnay (1694-1774) et aux travaux d'Adam Smith (1723-1790).

² Florence Weber F. (coord.), *Ethnographie économique, Genèses*, déc. 1996, vol. 25. F. Weber (coord.), *Comment décrire les transactions, Genèses*, déc. 2000, vol. 41.

³ Philippe Minard, Dominique Margairaz D. (dir.), "Le marché dans son histoire", *Revue de synthèse*, octobre 2006, vol. 127, n° 2, p. 241-252.

⁴ William Reddy, *The Rise of Market Culture. The Textile Trade and French Society, 1750-1900*, Cambridge-Paris, Cambridge University Press, Maison des Sciences de l'Homme, 1984.

⁵ Karl Polanyi, *La grande transformation*, Gallimard, Paris, 1983, p. 121.

⁶ Pour l'Antiquité, Descat et Bresson ont proposé une combinaison complexe, politiquement et institutionnellement construite, des formes et des finalités de l'échange dans la cité démontrant

près, la fameuse politique de la balance économique de Colbert est particulièrement banale, relevant du mercantilisme, vision alors universellement partagée¹. La production manufacturière est un instrument au service de la gloire du Roi et un moyen de puissance organisée pour conquérir de nouveaux marchés². L'ambition de Colbert est de décloisonner les marchés pour mettre en concurrence les différents producteurs (corporations, métiers libres, manufactures privilégiées) sur la base de règles de fabrication uniformes et connues de tous³.

La ville s'impose alors comme une des modalités de diffusion et de circulation des informations sur les biens et sur les modèles de consommation. Lettrés et économistes la considèrent comme le lieu privilégié de la consommation et de l'innovation dans les manières d'appréhender les objets⁴. Lyon produit de somptueuses soieries, Paris et ses alentours accueillent des fabriques de céramiques, tapis ou tapisseries sans équivalent. C'est aussi le lieu où primes, subventions et distribution de privilèges royaux aux entreprises se concentrent. L'exclusivité d'un marché et le titre de "manufacture royale" protègent alors un procédé nouveau ou une entreprise débutante, le temps pour eux de se renforcer afin d'affronter la concurrence. En 1663, Louis XIV et Colbert ordonnent l'institution du Garde-Meuble de la Couronne, avec un double souci, celui de la gloire et celui de la gestion patrimoniale. C'est dans ce mouvement que naît la Manufacture royale des glaces, que la manufacture des Gobelins reçoit l'édit royal de 1667 et que l'intendant des finances Fulvy fonde la manufacture de Vincennes dont le privilège royal concerne l'or de la décoration⁵. Réveillon pour le papier peint

bien qu'il s'agit de la mise en place d'une économie politique dès l'Antiquité. Raymond Descat, Alain Bresson, *Approches de l'économie hellénistique*, Musée archéologiques de Saint-Bertrand-de-Comminges, Saint-Bertrand-de-Comminges, 2006. Alain Bresson, *La Cité marchande*, Paris, Ausonius, 2000.

¹ J'entends par mercantilisme le courant de pensée économique développé dès le XVI^e siècle en France et dont Colbert est un des plus grands représentant au siècle suivant.

² Dans le secteur textile, on pense à la stricte définition de la dimension des pièces, la qualité des matières premières, le nombre de fils et les apprêts. Un corps d'inspecteurs des manufactures est créé pour veiller à la bonne application des nouveaux règlements. Philippe Minard, *La fortune du colbertisme. État et industrie dans la France des Lumières*, Paris, Fayard, 1998.

³ Philippe Minard, "Économie de marché et État en France : mythes et légendes du colbertisme", *L'économie politique*, 2008, n° 37, p. 77-94.

⁴ Daniel Roche, *Histoire des choses banales*, 1997.

⁵ Philippe Minard, "Économie de marché" ; Audrey Millet, "Le genre de l'ornement à la manufacture de Sèvres (XVIII^e-XIX^e siècles)", Fabien Knittel et Pascal Raggi (dir.), *Genre et techniques*,

et Oberkampf pour l'imprimé bénéficient aussi de ces privilèges¹. L'impulsion donnée par Colbert permet l'essor à la fois des industries de luxe mais également d'industries plus ordinaires : en un siècle le paysage manufacturier global a radicalement changé. Toutefois, les mesures de protection colbertiennes ne doivent être que transitoires nullement destinées à durer : le but est d'initier de nouvelles fabrications qui pourraient créer des besoins ou répondre à de nouveaux désirs. La crise des catégories traditionnelles explique, en partie, les bégalements du marché du luxe.

Daniel Roche est clair : les consommations qui font la "vie ordinaire" dès le XVIII^e siècle, rompent avec les catégories "pauvres" et "riches", "indispensable" et "luxe", ou "utilitaire" et "symbolique" (notions pas vraiment fausses, mais qui manquent de pertinence en elles-mêmes et ne sont construites que dans le cadre de logiques antagonistes). Émergent alors une modernité matérielle et des transformations sociales importantes. Le vêtement en est un exemple puissant. Lui-même sujet aux changements et marqueur de transformations d'une société et de ses rythmes, il est marqué par une dualité entre exigences normatives qui veulent que la hiérarchie des apparences reflète celle du rang social – c'est la logique des antiques lois somptuaires – et d'un autre, la volonté des individus de s'affranchir de ces codes soit pour marquer une différence, soit pour manifester une liberté par rapport aux convenances². Le vêtement est un fait social total³. L'atmosphère urbaine du XVIII^e siècle favorise donc la multiplicité des comportements et des signes de distinctions vers une esthétique sociale plus transgressive. Les dépenses en matière vestimentaires s'accroissent dans tous les inventaires, les habitudes tendent à s'unifier et la nouvelle consommation masculine et féminine diffuse un nouvel idéal de changement et de renouvellement – l'essor fameux des cotonnades n'en est qu'une illustration. On peut

Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 155-167.

¹ Serge Chassagne, *Oberkampf. Un entrepreneur capitaliste au Siècle des Lumières*, Paris, Aubier Montaigne, 1980. Christine Velut, *Décors de papier : production, commerce et usages des papiers peints à Paris, 1750-1820*, Paris, Éditions du Patrimoine, 2005 ; A. Millet, "Le genre de l'ornement", p. 155-167.

² Daniel Roche, *La Culture des apparences : essai sur l'histoire du vêtement aux XVII^e et XVIII^e siècles*, Paris, Fayard, 1989.

³ Roland Barthes, "Histoire et sociologie du Vêtement", *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 1957, vol. 12, n^o 3, p. 430-441.

aussi aborder la question par la quantité plutôt que la qualité – et insister sur les effets démultipliateurs de la Révolution sur la consommation, à travers la vulgarisation d’une mode plus simple, moins sophistiquée, naturelle, accessible à des catégories sociales jusqu’alors peu ou moins touchées, même si le goût bourgeois est déjà présent dans les publicités de la fin des années 1780¹. Parallèlement, les mots pour qualifier les types de biens se multiplient.

On retrouve dans les annonces publicitaires le langage habituel, utilisé à foison dans les almanachs de commerce des années 1770-1780 : superfin, très-beau, de la meilleure qualité, les plus parfaites, à la mode, du dernier goût, modernes, nouvelles, à l’anglaise ou anglais ; sont vantés les mêmes tissus de qualité : soieries, mousselines, etc, de Louviers, Sedan... et les mêmes origines exotiques attirantes : des Indes, de Chine, etc. La récurrence de lieux clés est également remarquable : la rue Saint-Honoré, le Palais (ou maison) Égalité et ses galeries, la rue Saint-Denis sont des lieux à fréquenter². Les archives de la manufacture de Sèvres, royale puis d’État, montrent aussi la multiplication des objets de 2^{ème} ou 3^{ème} classe, de 2^{ème} ou 3^{ème} gamme, pensés comme tels dès le dessin, dès l’idée de l’objet. Les rapports de fabrique montrent que même pour les productions de luxe, les coûts sont revus à la baisse et les prix en magasin également³. Les archives de la manufacture Rixheimoise de papier peint, Jean Zuber, montre également l’attention portée aux différentes gammes⁴.

Pensés ensemble, ces points non exhaustifs forment un ‘système’ en train de se mettre en place modifiant le marché du luxe et les marchés de manière générale. Les fêlures du système ancien ouvrent la voie à de nouveaux besoins et poussent les autorités à s’engager dans la mise en place de nouvelles réglementations.

¹ Daniel Roche, *Histoire des choses banales*, 1997.

² Natacha Coquery, *Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle*, Paris, Éditions CTHS histoire, 2011. Sur la qualité, consulter : Audrey Millet, “Qualité, démarches qualité”, dans Olivier Christin (dir.) *Dictionnaire des concepts nomades en Sciences Humaines 2*, Métaillé, à paraître 2015.

³ Archives de la Manufacture de Sèvres (désormais AMS), D1-D3, 1744-1860, rapports des prix en magasin, coût de revient.

⁴ Bernard Jacqué, “De la manufacture au mur. Pour une histoire matérielle du papier peint (1770-1914)”, thèse de doctorat, histoire contemporaine, Université Lyon 2, 2003.



3 DU MILIEU du XVII^e siècle à 1850, on assiste au passage d'une consommation de luxe, sorte d'ancien monde, au désir de consommer des produits plus ordinaires impliquant un élargissement de la clientèle. Les catégories d'analyse qui s'effritent sont donc à reconsidérer du point de vue du désir de consommer.

Si l'offre est démultipliée, c'est parce qu'elle répond aux envies des consommateurs de plus en plus variées. Dans l'analyse différenciée et hiérarchisée de la marchandise de Jean-Yves Grenier, un ensemble de critères tant objectifs (matières premières, techniques utilisées) que subjectifs (beauté, bonté, éclat, etc.), garantis par un imposant appareil réglementaire, permettent de situer et de comparer en amont chaque produit, préalable indispensable au bon fonctionnement de l'échange. Les biens commercialisés se répartissent selon une analyse des modèles sociaux de la demande, en trois marchés : celui de subsistance, de luxe et d'ostentation¹. Il s'agirait d'ajouter un quatrième marché, dit populaire, en référence aux *populuxe goods*². Des produits relèvent de plusieurs registres de consommation, comme l'imprimé, la céramique ou encore le papier peint.

Les catégories en crise participent à la redéfinition des comportements de consommation et remodelent les frontières du luxe, des produits ordinaires et les théories en matière d'économie politique. Contre une approche seulement économique, il s'agit d'insister sur le saut qualitatif faisant passer d'un ancien à un nouveau monde. Néanmoins, ces nouveautés requièrent des transformations à la fois dans l'organisation productive du ménage et dans son rapport aux productions matérielles. Les façons de consommer les objets, leur répartition au sein de la famille, l'adjonction de ressources disponibles au sein du ménage pour exploiter les caractéristiques propres à chaque bien, le choix d'allouer une

¹ Jean-Yves Grenier, *L'Économie d'Ancien Régime*, Paris, Albin Michel, 1996, chap. II et XI.

² Jean-Yves Grenier, "Une économie de l'identification. Juste prix et ordre des marchandises dans l'Ancien Régime", dans Alessandro Stanziani (dir.), *La qualité des produits en France (XVIII^e-XX^e siècles)*, Paris, Belin, 2003, p. 25-53.

partie du temps disponible pour faire ces opérations, conduisent à la transformation des biens en valeurs d'usage, en utilités¹. G. Becker les appelle biens-Z (*Z-commodities*). Cette formulation des comportements est abstraite mais elle permet à Becker d'insister sur l'autonomie et la liberté des choix dont disposent les ménages de l'*industrious revolution* qui ne sont pas de simples consommateurs passifs². Il s'agit donc bien d'une nouvelle impulsion. D'où vient-elle ? Deux types de concepts sociologiques sont généralement mobilisés pour répondre à ce genre de question : ceux qui relèvent de l'imitation et ceux qui s'inscrivent dans un processus d'innovation. Toutefois, il semble préférable d'expliquer l'apparition des nouvelles aspirations au luxe en empruntant au sociologue et statisticien, Everett Rogers, le concept d'"adoption", néologisme fusionnant adoption et adaptation, puisque les objets ne sont pas adoptés termes à termes³. De la réception, ne préjugeons pas le réceptacle : tout emprunt est "réinterprétation créatrice".

Déjà Cantillon avait abordé la consommation sous l'angle du choix personnel dans une société inégalitaire et très hiérarchisée⁴. Ce rapport à la fois économique et culturel à la consommation s'invente continûment jusqu'aux années 1850. À cette date, les transformations du ménage conduisent à une autre organisation, le modèle du *male breadwinner-homemaker household*, avec l'homme comme unique source de revenu et la femme qui se consacre aux travaux domestiques. Le saut qualitatif opposant un vieux et un nouveau monde se matérialise dans une autre opposition, celle entre le vieux et le nouveau luxe (*old and new luxury*). La distinction est fréquente dès le XVIII^e siècle en particulier chez les économistes de langue anglaise⁵. Une culture de la consommation naît alors, justifiant d'autant plus l'autonomie du choix des acteurs⁶.

¹ Jan de Vries, *The Industrious Revolution : Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge University Press, Cambridge, 2008, p. 177.

² Gary Becker, "A Theory of Marriage : Part I", *The Journal of Political Economy*, 1973, Vol. 81, n° 4, pp. 813-846. Gary Becker, *A Treatise on the Family*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1991.

³ Everett Rogers, *Diffusion of Innovations*, New-York, Free Press, 2003.

⁴ Richard Cantillon [1755], *Essai sur la nature du commerce en général*, Paris, Éd. de l'INED, 1997, partie I, chap. XIV.

⁵ James Steuart, *An Inquiry into the Principles of Political Economy*, Londres, A. Millar and T. Cadell, 1767, chap. 22.

⁶ Jan de Vries, *The Industrious*.

Comme le constate Duchesne, les nouvelles possibilités de consommations sont rapidement adoptées, tout d'abord par les élites puis par des pans plus larges de la population¹ :

Presqu'inconnu en 1760, [l'art du papier peint] a fait de tels progrès en vingt années qu'à peine les manufactures qui se sont multipliées depuis, suffisent aux besoins d'une mode constante et soutenue, parce qu'elle est moins dispendieuse².

L'offre est précédée par une *industrious revolution* se situant entre 1650 et 1850, elle-même provoquée et stimulée par une nouvelle relation de la population avec les biens matériels. De Vries reprend pour l'Europe cette notion, précédemment développée par l'historien japonais Hayami, en ajoutant quelques différences, dont le rôle plus important accordé aux marchés et à la spécialisation des activités³. L'intensification du travail au cours d'un long XVIII^e siècle de la part des individus mais surtout des ménages (*households*) participe au phénomène. Sans surprise, les salaires réels diminuent, le temps de travail entre 1780 et 1830 atteint un sommet historique et l'extension du travail à tous les membres du ménage constituent le cadre de ces modifications. L'unité de base pour analyser les choix de consommation devient alors celle du ménage. L'intensification du travail s'effectue parfois au travers d'un allongement de la journée de labeur mais plus généralement par la réduction du nombre des fêtes religieuses chômées. Ces revenus disponibles financent l'acquisition de nouveaux biens, objets coûteux comme des horloges, des montres ou des vêtements, alors que de nombreuses familles sont périodiquement dans l'incapacité de se nourrir du fait des poussées récurrentes du prix des biens de subsistance. Le *consumer desire* fait donc largement partie de la dynamique économique de l'Europe moderne⁴. On aspire au bien être, à un univers domestique plus commode, plus confortable, et la population – en particulier parisienne – s'affranchit de la tyrannie du strict

¹ Christine Velut, *Décors de papier*.

² Henri-Gabriel Duchesne, *Dictionnaire de l'industrie ou Collection raisonnée des procédés utiles dans les sciences et dans les arts : contenant nombre de secrets curieux et intéressans pour l'économie et les besoins de la vie. Ouvrage également propre aux artistes, aux négocians et aux gens du monde*, Paris, Chez Poignée, 1801, vol. 3.

³ Jan de Vries, *The Industrious*; Akira Hayami, "A great transformation : Social and economic change in sixteenth and seventeenth century Japan", *Bonner Zeitschrift für Japonologie*, 1986, n° 8, p. 3-13.

⁴ Jan de Vries J, *The Industrious*; Christine Velut, *Décors de papier*, p. 726-727.

nécessaire. Les catégories moyennes organisent leur cadre de vie, sacrifient aux mouvements de la mode et s'entourent de ce superflu qui donne du charme au quotidien¹. Ce mouvement d'ensemble pousse à une plus grande fluidité des consommations domestiques. Les inventaires après décès montrent qu'on n'a plus guère de réticence à privilégier le neuf, quoique fugace, aux dépens du plus solide et durable². On peut se défier d'une tenture passée de mode, mais également prolonger un papier en lui offrant une seconde vie. Le "siècle a acquis le goût du neuf" tout en exploitant les possibilités de recyclage³.



La juste place de la demande du consommateur dans le développement économique retrouvée permet de réévaluer la révolution industrielle, et plus généralement l'essor du capitalisme, comme une adhésion volontaire. Des travaux autour de Maxine Berg proposent déjà une "réhabilitation" en considérant un bouleversement massif de l'organisation du travail, en rien limité à la mécanisation, au charbon et à la vapeur, mais affectant en profondeur toutes les couches du monde du travail et revêtant de multiples visages, selon les régions, selon les secteurs, selon les marchés⁴. Aucune fabrication n'échappe à la pression des marchés et des marchands, ni en Angleterre, ni en France. L'échelle micro-économique autorise des analogies nouvelles, entre Lyon et Manchester, entre Sheffield et Solingen⁵. Loin d'aboutir à un émiettement, cette approche ouvre la voie à une histoire globale, en termes d'intégration de territoires et de villes à

¹ Daniel Roche, *La Culture des apparences : essai sur l'histoire du vêtement aux XVII^e et XVIII^e siècles*, Paris, Fayard, 1989, p. 9-17 ; Christine Velut, *Décors de papier*, p. 887.

² Pour exemple : Archives Nationales, Paris, MC/ET/LII/640, Inventaire après décès de François Alexandre de Mauléon, peintre dessinateur [en papiers peints]. Christine Velut parvient aux mêmes conclusions.

³ Daniel Roche, *La France des Lumières*, Paris, Fayard, 1993, p. 576.

⁴ Maxine Berg et Pat Hudson, "Rehabilitating the Industrial Revolution", *Economic History Review*, 45 (1992), 24-50.

⁵ Maxine Berg, "Commerce and Creativity in Eighteenth-Century Birmingham", dans Berg M. (éd.), *Markets and Manufactures in Early Industrial Europe*, Londres, Routledge, 1991, p. 173-204 ;

des courants d'échanges mondiaux, en termes aussi de pluralité des facteurs de croissance, en soulignant l'interdépendance des techniques avec les marchés, les institutions, les sociabilités et les modes de légitimation des savoirs¹. La pluralité d'expérience est saisissable comme un fait total.

Nous laissons donc les ambitions normatives de classement, et considérons la production des objets manufacturés comme un fait d'histoire total, indissociable des changements de mentalités et de transformations plus vastes de l'économie, notamment de la puissance acquise par la sphère des échanges.

4 QUELLE est l'attitude du pouvoir central à l'égard de la *commoditization* des biens ? Le processus par lequel les marchandises qui ont la valeur économique, perceptible en termes d'attributs (unicité ou marque) deviennent des biens accessibles et ordinaires aux yeux du marché ou des consommateurs est différemment perçu au cours de la période. Alors qu'en anthropologie et en droit, les deux termes peuvent être utilisés indifféremment pour décrire le processus de fabrication des produits de tout ce qui n'a pas l'habitude d'être disponible en boutique auparavant², nous préférons distinguer *commoditization* (ou banalisation) de *commodification* (ou marchandisation) à connotation marxiste³. La *commodification* décrit la modification des relations commerciales au quotidien, en considérant que celles-ci étaient autrefois intactes par le commerce. Rushkoff la décrit comme un processus d'affectation de valeur à un bien social, contrairement au mouvement vers la concurrence indifférenciée caractéristique de la *commoditization*⁴. En d'autres termes, quelle place occupe la banalité dans les choix économiques de l'État ?

Patrick Verley, *La révolution industrielle (1760-1870)*, Paris, MA Éditions, 1985 ; Jochen Putsch J. et Manfred Krause, "The Cutlery Industry from Production to Industrial Museum : Solingen and Sheffield Compared", *Transactions of the Newcomen Society*, 66 (1994), 43-52.

¹ Caroline Douki, Philippe Minard, "Histoire globale, histoire connectée : un changement d'échelle historiographique", *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 54 (2007), 7-21.

² Arjun Appadurai, *The Social Life of Things : Commodities in a Cultural Perspective ?*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986 ; Marta Ertmann, Joan Williams, *Rethinking Commodification : Cases and Readings in Law and Culture*, New York, New York University Press, 2005.

³ Jacko Manno, *Privileged Goods : Commoditization and Its Impact on Environment and Society*, Lewis Publishers, 1999.

⁴ Douglas Rushkoff, *Present Shock : When Everything Happens Now*, New York, Current Hardcover, 2013.

Pour le savoir, il nous faut interroger à la fois le glissement des discours sur les luxes et les objets ordinaires et ses conséquences politiques et économiques. En 1615, le *Traité de l'Oeconomie Politique* de Montchrestien réunit pour la première fois deux notions traditionnellement isolées¹. L'objet y occupe une place, en particulier, dans le chapitre intitulé "De l'utilité des arts mécaniques et règlement de manufactures". Néanmoins, Montchrestien pense que le problème plus général de l'emploi des hommes, concerne les occupations qui s'avèrent être "les plus nécessaires et les plus profitables aux communautés" (pour lui l'agriculture et l'industrie du fer). L'*Essai* de Melon accorde plus d'espace au traitement des questions financières et monétaires qu'aux objets². Quant à Saint-Lambert, il défend le luxe : les consommations somptuaires sont favorables à la population puisqu'elles constituent une redistribution de la richesse et le désir naturel du luxe conduit l'homme à travailler avec acharnement et à être créatif, ce qui multiplie les emplois et augmente la population. L'intérêt porté à l'industrie du luxe pour comprendre les origines de la richesse d'une nation participe d'une laïcisation de la société pensée en termes d'universalité des intérêts privés³. Naguère haïssable, l'intérêt devient admirable. Les prises de positions des philosophes (Mandeville, Condillac, Montesquieu, Hume, Rousseau) et des économistes (Melon, Quesnay, Smith, Say) semblent ainsi davantage refléter un changement de systèmes de valeurs (l'intérêt et l'utile supplantent le vice et la vertu) plutôt qu'un procès des dépenses ostentatoires. En dépassant les querelles, on lit plutôt la mise en place d'une économie politique critique qui propose un art, et qui se mue en politique économique, où l'harmonisation des intérêts n'apparaît possible que par le concours éclairé des groupes sociaux. C'est bien l'emploi et la production, d'objets de luxe ou pas, qui favorisent les richesses de la nation. Parallèlement à cette littérature, on distingue sur la longue durée (XVII^e et XIX^e siècles) une intense production de manuels à l'usage des marchands⁴

¹ Antoine de Montchrestien [1615], *Traicté de l'Oeconomie politique*, édition critique de François Billacois, Les classiques de la pensée politique, Droz, Genève, 1999, vol. 16.

² Jean-François Melon, *Essai politique sur le commerce*, Amsterdam, Chez François Changuion, 1734.

³ Jean-Claude Perrot, *Une histoire intellectuelle de l'économie politique, XVII^e-XVIII^e siècle*, Paris, Éditions EHESS, 1992.

⁴ Jochen Hoock, "Pratiques marchandes et catégories de l'échange. À propos des formes de représentation de l'économie commerciale en France aux XVII^e et XVIII^e siècles", dans Francesco Faglia-

qui permettent de se rendre compte de l'invasion des éventails, des cotons imprimés et assiettes bons marchés dans les boutiques. C'est un fait, les objets ordinaires intéressent et envahissent les ouvrages, jusqu'à l'*Encyclopédie méthodique*, considérée par Jean-Claude Perrot comme le premier dictionnaire d'économie politique¹. Le dictionnaire ou le manuel est d'ailleurs impensable sans l'impulsion du pouvoir qui y voit un instrument de sa politique commerciale². L'importance de la mobilisation statistique et celle accordée au commerce, dans la pensée économique, est donc en partie due au pouvoir central. Paradoxalement, c'est l'intérêt privé qui commande la dynamique économique sur lequel s'est construite l'économie politique des Lumières³.

Colbert considère que l'industrie française en est au stade de l'enfance. Il met alors en place un recensement régulier des ressources autorisant une vision globale, connectée et sectorielle des activités. Une logique inclusive, systémique, intégrant et connectant les sphères des activités économiques, dans le sens originel du mot 'industrie', et hautement politique, semble définir les orientations économiques⁴. Les auteurs de descriptions des arts et manufactures utilisent une langue unifiée et classée de manière systématique, en opérations, promouvant ainsi les combinaisons inventives – un procès culturel et politique de publicisation des savoirs artisanaux, qui s'affirme à travers l'ambition civique et pédagogique de cette science sous la Révolution⁵. Les liens sont forts avec une

ni et Gabriella Valera (éd.), *Categorie del Reale e Storiografia. Aspetti di continuità e trasformazione nell'Europa moderna*, Milano, Franco Angeli, 1986, p. 266.

¹ Jean-Claude Perrot, *Une histoire intellectuelle*.

² J. Hoock, "Pratiques marchandes", p. 266.

³ Jean-Claude Perrot, *Une histoire intellectuelle*, p. 333-354.

⁴ Jean Baptiste Say [1803], *Traité d'économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses*, Paris, Calmann-Lévy, 1972 ; Gareth Stedman Jones, "Saint-Simon and the Liberal Origins of the Socialist Critique of Political Economy", dans Sylvie Aprile et Fabrice Bensimon (éd.) *La France et l'Angleterre au XIX^e siècle. Échanges, représentations, comparaisons*, Paris, Créaphis, 2006, p. 29-37 ; Gareth Stedman Jones, "The Genesis of the 'Industrial Revolution' : Jean-Baptiste Say and the French Debate on Industrie", in Jean-Philippe Genêt et François-Joseph Ruggiu (dir.), *Les idées passent-elles la Manche ? Savoirs, Représentations, Pratiques (France-Angleterre, X^e-XX^e siècles)*, Presses Universitaires de Sorbonne, Paris, 2007, p. 214.

⁵ Joost Mertens, "Technology as a Science of the Industrial Arts", *History and Technology : An International Journal*, 18 (2002), 203-231 ; Joost Mertens, "Éclairer les arts : Eugène Julia de Fontenelle (1780-1842), ses manuels Roret et la pénétration des sciences appliquées dans les arts et manufactures", *Documents pour l'histoire des techniques*, 18 (2009), 95-112.

économie politique née dans le creuset des savoirs administratifs au service du bien public¹. Pour agir, l'État a besoin de ces informations issues du cœur même des dispositifs gouvernementaux. La publication des informations peut s'apparenter à une sorte de service public, comme l'origine "d'un espace public de débat des données économiques, réunissant experts, praticiens et décideurs"².

Jean-Pierre Hirsch a montré que les négociants et fabricants Lillois s'efforcent de concilier des besoins contradictoires, inhérents à leur activité même d'entrepreneurs : liberté d'action, indépendance et hardiesse conquérante, d'une part, mais aussi crédit, confiance et stabilité, d'autre part³. L'industriel doit avoir un ancrage solide dans un réseau de relations, de solidarités, et l'appui de quelques ressorts institutionnels. Ce monde poursuit donc bien un double 'rêve' : il a besoin à la fois de liberté et de règlements. La levée de la prohibition des toiles imprimées en 1759 sonne comme le glas d'une interdiction envers un produit nouveau, très recherché et sujet à la contrebande⁴ mais surtout résonne comme l'autorisation aux manufacturiers de nouveautés de produire en toute liberté. On le sait, les lois d'Allarde et Le Chapelier entraînent plus d'inquiétude que de soulagement dans les milieux concernés. En fait, les pratiques de coordination des entreprises demeurent, mais clandestines. Les correspondances entre les manufacturiers et leurs espions sont toujours aussi nombreuses. Les échanges continuent et les besoins en réglementations sont urgents. L'établissement du Conseil des prud'hommes à Lyon en 1806 est largement dû à l'intervention et à l'insistance des fabricants lyonnais. L'État répond alors à l'appel des fabricants et à leurs besoins, comme elle le faisait déjà auparavant⁵.

Le début du XIX^e siècle sonne comme la mise en ordre de bataille des manufactures d'État. Les directeurs ou administrateurs licencient les anciens et

¹ Liliane Pérez, "Technique, économie et politique entre la France et l'Angleterre (XVII^e-XIX^e siècles)", *Documents pour l'histoire des techniques*, 19 (2010), 9-29.

² Philippe Minard, "La statistique industrielle en Angleterre : position du problème", in Ph. Minard et D. Margairaz (dir.), *L'information économique, XVI^e-XIX^e siècles*, 2009, p. 239.

³ Jean-Pierre Hirsch, *Les deux rêves du commerce : entreprise et institution dans la région lilloise, 1780-1860*, Paris, EHESS, 1991. Jean-Pierre Hirsch et Philippe Minard, "Laissez-nous faire et protégez-nous beaucoup : Pour une histoire des pratiques institutionnelles dans l'industrie française, XVIII^e-XIX^e siècles", in Louis Bergeron et [200E ?] Patrice Bordelais (éd.), *La France n'est-elle pas douée pour l'industrie ?*, Paris, Belin, 1998, p. 135-158.

⁴ Serge Chassagne, *Le coton et ses patrons. France, 1760-1840*, Paris, EHESS, 1991.

⁵ Audrey Millet, "Le genre de l'ornement", p. 155-167.

ajustent le nombre d'employés selon les besoins. Cette gestion est remarquable à la Savonnerie, à Sèvres et aux Gobelins¹ mais aussi chez Hausmann au Logelbach ou chez Zuber à Rixheim². Leurs cahiers de production témoignent d'une rationalisation de la production visant le moindre coût : les salaires et le nombre d'employés diminuent, les techniques d'impression remplacent une partie des doreurs, les dessins sont numérotés dans l'ordre de leur production, les registres du personnel sont tenus plus régulièrement, différentes gammes apparaissent et le prix des tasses peut être divisé par cinq³. De l'administration, en passant par la décoration et le magasin, du trésorier jusqu'au portier, sans oublier le peintre et le sculpteur, le travail est discipliné⁴ afin de produire plus d'objets, moins onéreux, et de ne pas compter seulement sur les commandes publiques. La conversion de la main-d'œuvre au travail discipliné ne se produit qu'à partir du moment où des biens de consommation pas trop coûteux deviennent largement disponibles et qu'émergent de nouveaux modèles de consommation, faisant de l'acquisition d'argent une préoccupation centrale. À en croire les correspondances entre les ouvriers et l'administrateur de Sèvres, ou la négociation entre le dessinateur Henri Lebert et son employé Hartmann, la discipline et la rationalisation de la production sont réclamées par les travailleurs eux-mêmes⁵. Les ouvriers délèguent volontairement l'application aux directeurs qui discutent avec le Ministère pour mettre en place une politique économique⁶. Les choix en matière d'économie politique peuvent donc être soufflés par la demande. Les individus sont actifs par rapport à l'économie de marché et non pas les victimes obligées d'une rationalité économique qui les dépossède de leurs valeurs culturelles⁷. Contrairement aux analyses de l'école de Francfort et de Jean Baudrillard, les choses banales ne sont pas seulement le signe d'une aliénation. De Vries souligne que, si certains chercheurs restent bloqués sur de vieilles idéologies, désormais, "l'atmosphère prévalant dans les milieux académiques tend

¹ Audrey Millet, "Les dessinateurs de fabrique (XVIII^e-XIX^e siècles)", thèse d'histoire, Universités Paris 8 et Neuchâtel, 2015, chapitres 3 et 7.

² Bernard Jacqué, "De la manufacture au mur"

³ AMS, D3, dossiers du personnel, Comptes et états, paiements et ventes.

⁴ AMS, États du personnel de la manufacture de Sèvres, 1800-1848.

⁵ Henri Lebert, *Journal*, Bibliothèque Municipale, 1806-1860, Colmar, Mss 85-09.

⁶ Gregory Clark, "Factory Discipline", *Journal of Economic History*, 54 (1994), 128-163, p. 131

⁷ Jan de Vries, *The Industrious*, p. 45.

à célébrer le triomphe de la volonté du *self-fashioning individual* qui mobilise la consommation comme un signe d'identité culturelle"¹. Après la fin des prohibitions, importation et fabrication des indiennes, et celle des privilèges, les entreprises sont libres de multiplier les propositions, de piquer la curiosité du consommateur afin de le séduire. Cette liberté, si elle résonne avec le tournant révolutionnaire et la disparition des jurandes et corporations, est déjà en cours de formulation durant l'Ancien Régime. Il s'agit bien d'un laisser-faire, ponctué de réglementations nécessaires, conséquence de l'attention portée par le pouvoir central aux marchés et aux requêtes des fabricants et des ouvriers.



5 “LA SOCIÉTÉ n'est pas une cire molle”² sur laquelle le pouvoir étatique imprime sa marque sans résistance et sous forme d'une pure contrainte. Les interventions de l'État répondent à des besoins et à des attentes exprimées par telle ou telle catégorie d'acteurs : les indiennes sont prohibées à la faveur des manufactures locales de soie, la prohibition est levée contre la contrebande et pour la demande, les dessins sont protégés sont la forme de décrets dès le début du XVIII^e siècle à Lyon sur la requête des fabricants et les prud'hommes sont créés sur l'insistance des fabricants lyonnais... L'intervention d'en haut répond à des sollicitations³. Il s'agit ici d'une toute autre image de l'économie politique en France dont la ligne est assez lisse durant plus d'un siècle (1750-1860) opposée à la figure erronée d'un dirigisme venu d'en haut. L'État français entend les transformations de la production, le passage d'un ancien monde à un nouveau monde, la fragmentation de la culture matérielle, les besoins et les envies des clients et des manufacturiers. Les réactions opposées des contemporains montrent à quel point le débat peut être vif. Certains, comme

¹ Jan de Vries, *The Industrious*, p. 5-6.

² L'expression a été subtilisée à Jean-Pierre Hirsch et Philippe Minard.

³ Jean-Pierre Hirsch et Philippe Minard, “Laissez-nous faire”, p. 135-158.

Jean-Jacques Rousseau, dénoncent le risque d'indifférenciation culturelle et nationale de cette globalisation des marchés, de la consommation et d'un goût devenu par là même artificiel. Dans le domaine manufacturier également, la prégnance du modèle mercantiliste reste très forte au XVIII^e siècle et cohabite avec la demande de plus de liberté – confondue parfois avec 'les' libertés, qui désignent alors les privilèges, c'est toute l'ambiguïté de la question. Pour autant, l'État a bien saisi que le volontarisme manufacturier et commercial du gouvernement a un coût élevé, qui peut limiter son maintien dans la durée. Par ailleurs, les marchés sont déjà très prégnants. Pour Condillac, ils "font la loi au gouvernement". L'*homo economicus* est autant façonné par le capitalisme qu'il ne le façonne, et le consommateur oriente l'État dans ses décisions au sujet de la formation, de la distribution et de la consommation des nouveaux produits manufacturés.

La *commoditization* des biens est intégrée et acceptée par le pouvoir central depuis le début du XVIII^e siècle et n'est pas considéré comme une concurrence déloyale faite aux objets de luxe. Les produits et les clients sont très différents. Ce processus tend même à inspirer des industries prestigieuses, comme à Sèvres. Au final la *commoditization* des marchandises entraîne innovation et invention. Si l'argent a des conséquences sur les dispositions psychiques de l'individu en faisant varier ses rapports avec le monde matériel, il modifie aussi les relations entre État et consommateur¹. Il ne s'agit pas de conclure en dénonçant dénonce une aliénation ou même de se réjouir d'une quelconque libération. Une économie de la demande, orientée par l'envie de bien-être, se met en place répondant, plus ou moins rapidement, aux requêtes des acteurs et régulant au coup par coup le nouveau paysage économique et matériel, entre luxes et choses banales. Si la consommation est un choix individuel, elle est soutenue et encadrée par l'État durant toute la première industrialisation. En France, l'État participe, sans doute involontairement, à modifier les catégories traditionnelles et, en conséquence, à mettre à mal l'idée de société d'ordres, le système ancien. Cette destruction n'en est pas moins une construction. En effet, dans l'ombre des bégalements du luxe, les contours du *Made in France* se dessinent.

¹ Georg Simmel, *Philosophie de l'argent*, Paris, Presses Universitaires de France, 1987, chap. 6.



Chapendra, Untitled (Made in France), 2010, part.
(<http://www.flickr.com/photos/chaparral/4618318199>).