



## **Projet ANR FIDUCIAE**

**Pratiques et matérialités des relations marchandes :  
vers une dépersonnalisation ? (XVIII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle)**

**Merchant relationships in practice (18th-19th  
centuries): from the personal to the impersonal?**

**Coordinateur** : Arnaud Bartolomei (Université Nice Sophia Antipolis – CMMC)

**Partenaire** : Centre de la Méditerranée Moderne et Contemporaine (CMMC - EA 1193), Université Nice Sophia Antipolis

**Durée** : 42 mois (01/01/2014 – 30/06/2017)

# Equipe/Team

Veronika AOKI SANTAROSA, University of Michigan

Michela BARBOT, ENS Cachan

Arnaud BARTOLOMEI, Université Nice Sophia Antipolis, CMMC

Matthieu de OLIVEIRA, Université de Lille III, IRHIS

Boris DESCHANEL, Université Paris I, IDHE

Fabien ELOIRE, Université Lille I, Clersé

Mathieu GRENET, Université d'Albi, FRAMESPA

Amalia KESSLER, Stanford University

Xabier LAMIKIZ, Universidad del País Vasco

Claire LEMERCIER, CNRS-Sciences Po, CSO

Séverine MARIN, Université de Strasbourg, Arche

Marguerite MARTIN, Université Paris I, IDHE

Silvia MARZAGALLI, Université Nice Sophia Antipolis, CMMC

Thomas MOLLANGER, Université Bordeaux III, CEMMC

Fabrice PERRON, Université de Reims

Viera REBOLLEDO-DHUIN, Université Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines, CHCSC

Nadège SOUGY, Université de Neuchâtel

Sylvie VABRE, Université de Toulouse I, FRAMESPA

Patrick VERLEY, Université de Genève

# Résumé de la proposition de projet

Le projet FIDUCIAE se propose de fournir, sur la base d'enquêtes empiriques, à la fois précises et ciblées, menées dans des fonds d'archives français, des éléments de validation formalisés et quantifiés de l'hypothèse d'une dépersonnalisation des relations entre commerçants en France et en Europe aux XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles (vers 1680-vers 1880). À travers ce prisme, il entend répondre à une série de questionnements relatifs à la spécialisation, à la professionnalisation, à l'anonymisation et au désencastrement des relations de commerce : autant de concepts trop souvent confondus et qui, bien que centraux dans les travaux d'économie néo-institutionnaliste autant que dans bien des réflexions actuellement développées en histoire et en sociologie économiques, n'ont jamais fait l'objet d'études historiques systématiques. Il s'appuie pour ce faire sur trois types de sources, dont d'importants échantillons seront intégrés à des bases de données et analysés de manière qualitative, mais aussi quantitative, lexicométrique, cartographique et prosopographique : un ensemble de 2 000 lettres circulaires imprimées, reçues par quatre grandes maisons de négoce françaises (Briansiaux, Greffulhe Montz, Veuve Guérin et Roux frères), une série de lettres d'entrée en relation d'importantes maisons de négoce françaises et un échantillon de procurations issu des archives notariales de Paris, Marseille, Lyon et Lille.

## Executive summary of the proposal

The project FIDUCIAE aims at providing a formalized and quantified discussion of the hypothesis that relationships between merchants in France and Europe became less and less personal in the 18<sup>th</sup> and 19<sup>th</sup> centuries. This discussion will be based on a precise and systematic empirical investigation in French archives. The broad question of the personal character of commercial relationships will lead us to discuss the specialization, professionalization and (decrease in) embeddedness of commerce. While these concepts are more or less implicitly central in contemporary developments in economic history and economic sociology, they have never been systematically investigated. We will mostly use three types of sources for our quantitative, lexicometric, cartographic and prosopographic study : a series of 2,000 printed circulars received by four of the most important French merchant houses (Briansiaux, Greffulhe Montz, Veuve Guérin and Roux frères) ; a series of letters allowing us to trace the establishment of new relationships between a panel of important French merchant houses and their correspondents ; and a sample of acts giving power attorney driven from the notarial archives of Paris, Marseilles, Lyons and Lille.

# Contexte, positionnement et objectifs de la proposition / Context, position and objectives of the proposal

Le contexte socio-économique actuel est caractérisé par un double mouvement qui amène à discuter la place et le rôle de la personne, en tant qu'être doté d'une culture, d'une inscription sociale et d'une personnalité propres, dans les échanges marchands. Le processus de la mondialisation, d'une part, contribue à l'ouverture des frontières politiques, culturelles et économiques et à l'émergence de vastes marchés, inédits par le grand nombre et la diversité des agents qu'ils agrègent. Les innovations technologiques, d'autre part, permettent une dématérialisation, ou une déshumanisation, toujours plus poussée des échanges marchands, ce dont témoignent la forte croissance actuelle du commerce en ligne ou encore l'informatisation des transactions boursières – notamment la pratique du *trading* algorithmique, qui permet à des « robot traders » d'opérer directement sur le marché. Ce double processus, qui semble devoir aboutir, à terme, à l'apparition d'un vaste marché mondial dans lequel tous les agents seront interconnectés et pourront échanger directement entre eux, amène à s'interroger sur la portée réelle et les limites d'une telle évolution, ainsi que sur ses implications pour les sociétés concernées et leurs formes d'organisation économique.

Ce questionnement a trouvé un large écho en sociologie économique dans la mesure où il entre en résonance tant avec la notion centrale de désencastrement, définie après Granovetter (2000) comme l'autonomisation des relations économiques par rapport à d'autres types de relations interpersonnelles, qu'avec les descriptions de la modernisation comme rationalisation bureaucratique développées depuis Max Weber. Le caractère de plus en plus impersonnel des transactions est ainsi souvent une base de travail pour la sociologie économique, que l'on nuance éventuellement, mais que l'on ne discute finalement que peu de façon directe, ni pour définir précisément cette « impersonnalité » ou « dépersonnalisation », ni pour tenter d'en trouver des indices empiriques précis qui permettraient d'objectiver une évolution.

La même vision évolutionniste implicite est souvent présente en histoire économique (Lemercier et Zalc, 2012). Le moment de la modernisation est alors souvent situé à la charnière des époques moderne et contemporaine et présenté en termes de « révolution commerciale » ; mais les interprétations sous-jacentes sont en réalité fort divergentes. Certains proposent d'y voir une dynamique pluriséculaire qui, née dans le contexte de l'Italie médiévale, aurait entraîné le « passage des échanges personnels aux échanges impersonnels » (North, 2005), transformé les modalités de l'intermédiation marchande dans l'Europe moderne et, ce faisant, accompagné et permis la naissance de la société industrielle contemporaine. Le mouvement de dépersonnalisation est alors unilatéral et progressif. D'autres préfèrent se référer à un « âge du commerce » (1680-1880), qui aurait porté la croissance européenne et mondiale avant le commencement de la Seconde Révolution industrielle (Gervais, 2004). Cet âge du commerce représente un moment charnière de la modernisation : il s'agit de la période pendant laquelle les marchands ont coordonné les marchés européens et mondiaux, devenant de ce fait les principaux acteurs de la croissance économique, avant que le relais ne soit pris par le secteur industriel. L'âge du commerce se

caractérisé par un fonctionnement en réseaux éminemment interpersonnels, et encadrés dans le non-économique, et par des représentations, notamment du profit, très différentes de celles envisagées par la théorie weberienne de la rationalisation (Gervais, 2012). D'autres encore, interprétant les travaux de Karl Polanyi (1944), envisagent une « Grande Transformation » (1780-1850) qui aurait conduit au « désencastrement » des économies européennes, c'est-à-dire, avec une définition assez différente de celle de Granovetter, à l'autonomisation de la sphère économique par rapport aux sphères sociales, culturelles et politiques, et à l'essor de ces économies (Maucourant, Servet et Tiran, 1998 ; Salvemini, 2009). Dans cette perspective, cette période de désencastrement aurait été une parenthèse avant un ré-encastrement de la sphère économique lié notamment aux politiques sociales étatiques. **Ainsi, l'idée d'une dépersonnalisation des relations commerciales, sous-jacente dans chacun de ces trois grands récits de l'histoire économique européenne, mais définie et datée très différemment, apparaît-elle centrale, mais aussi plus souvent postulée que réellement définie explicitement ou étudiée empiriquement.**

De même que la notion de « révolution commerciale » perd en utilité si elle englobe à la fois des changements de la demande, des technologies, du droit et du travail, celle de « dépersonnalisation » doit être précisée : désencastrement au sens de Granovetter, ou bien de Polanyi ? Anonymisation de la relation de commerce, ou réification, au sens où l'échange ne se fonderait plus que sur la valeur d'un produit et non sur celle attribuée aux partenaires de la transaction ? Ou bien, spécialisation et professionnalisation, qui rendraient des compétences abstraites plus importantes qu'un nom, pour l'établissement de rapports marchands ? Les variantes sont nombreuses ; elles impliquent des récits différents de la modernisation, et seule une enquête empirique entreprenant de répondre sur la base d'archives à des questions précises peut permettre de trancher entre elles. C'est à ce défi qu'entend s'atteler le projet Fiduciaie en proposant de reprendre l'analyse des transformations à l'œuvre dans l'Europe des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles à l'aune du concept, heuristique même si notre objectif est bien de le préciser, de « dépersonnalisation ».

## **1.1. Objectifs et caractère ambitieux et novateur du projet / Objectives, originality and novelty of the project**

L'histoire économique écrite par les économistes néo-institutionnaliste dans les trois dernières décennies, qui propose un des grands récits aujourd'hui dominants de la modernisation (voir notamment North, 1990, 2005 ; Greif, 2006), développe largement l'idée que la sécurisation des transactions induite par l'émergence d'institutions étatiques, d'une part, et par l'adoption de formes d'organisation du travail intégrées au sein de firmes, d'autre part, aurait entraîné une dépersonnalisation des relations commerciales. Reprenant et simplifiant ainsi sans toujours le citer quelques grands mouvements de la pensée de Max Weber, ces auteurs parlent de dépersonnalisation pour évoquer tantôt un désencastrement social des relations commerciales, au sens d'une autonomisation par rapport à des systèmes fondés sur les supposés supports traditionnels de la confiance (la famille, la religion ou la communauté), tantôt une anonymisation ou une réification des échanges, c'est-à-dire un effacement des acteurs du marché derrière les produits ou les prestations qu'ils offrent. Ce double mouvement

de désencastrement et d'anonymisation des relations marchandes aurait accompagné le développement des économies occidentales et l'émergence de la société industrielle et libérale dite « moderne », voire l'aurait conditionné.

Une telle vision des choses a été largement diffusée et commentée parmi les historiens, qui ont en général critiqué la conception trop linéaire et trop évolutionniste du changement qui la sous-tend et le flou de la périodisation adoptée (XI<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles ? XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles ? 1650-1850 ? 1780-1880 ?). Elle n'a cependant jamais été, à ce jour, ni formalisée dans un questionnement théorique unifié, ni testée empiriquement par des études de terrain fondées sur d'importants dépouillements d'archives. L'ambition première de notre projet de recherche est donc double : **théoriser le processus historique décrit** afin d'en proposer une formulation heuristique et **en apprécier la validité par une enquête empirique**. Cela amènera à des propositions permettant d'appréhender de façon plus fine la réalité des changements à l'œuvre dans les formes de l'intermédiation marchande et les pratiques commerciales en Europe, durant les époques moderne et contemporaine, ainsi que les conséquences et la portée plus générale des changements constatés. Notre projet entend ainsi prendre au sérieux les intuitions formulées par les néo-institutionnalistes afin de leur faire jouer un rôle heuristique. Notre équipe comprend d'ailleurs deux historiens de l'économie ayant principalement travaillé dans des départements d'économie (V. Aoki et X. Lamikiz).

Cela dit, le **projet s'inscrit, avant tout, aussi bien dans sa philosophie d'ensemble que dans la méthodologie proposée, dans la tradition empirique de l'historiographie économique européenne, qui connaît actuellement une fécondité particulière**. En témoignent notamment des projets ANR récents comme MARPROF (comptabilités marchandes), NAVIGOCORPUS (répertoire d'itinéraires de navires de commerce) ou PRIVILEGES (étude comparative des privilèges économiques en Europe, XV<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles), avec les porteurs desquels les membres de la présente équipe sont en contacts réguliers. Comme dans ces projets, il s'agit de constituer et de **mettre à la disposition de la communauté scientifique des bases de données**, fondées sur d'importants dépouillements en archives, mais aussi d'en proposer une analyse à la fois qualitative et quantitative fondée sur des hypothèses de recherche précises.

Par ailleurs, Fiduciaie prend place dans le **dialogue qui s'est établi entre historiens et sociologues** sur la base des propositions de M. Granovetter (1973) et d'H. White (1981, 2002), qui ont placé l'étude des réseaux sociaux au cœur de leurs problématiques, dans le but de renouveler l'analyse dominante des marchés, en montrant l'importance qu'y occupent, aujourd'hui encore, le non marchand et les processus sociaux. Le dynamisme dont fait preuve en France ce courant important de la sociologie contemporaine, et qu'attestent aussi bien le programme de recherche néo-structural autour des relations intra et inter-organisationnelles (Favereau, Lazega, 2002), que le projet ANR « Appuis sociaux de l'entrepreneuriat » (coord. M. Grossetti et P.-P. Zalio) ou les thèses soutenues ces dernières années sur la question (cf. état de l'art), nous a conduit à nouer des liens étroits en amont du présent projet et à envisager l'organisation de rencontres scientifiques inter-disciplinaires ; un sociologue (F. Eloire), a d'ailleurs rejoint l'équipe de coordination de Fiduciaie. Comme les autres participants plus proches de l'économie, ou encore du droit (A. Kessler), il a toutefois une expérience du travail en archives et maîtrise les méthodes et le langage de la discipline historique.

Le projet Fiduciaie se caractérise également par son **caractère volontairement diachronique**, puisque notre objet d'étude porte sur des dynamiques probablement repérables sur une période longue, du Moyen Âge jusqu'à nos jours. Sur la base de l'historiographie existante,

nous avons fait le choix d'étudier ces dynamiques à partir de corpus qui couvrent les deux siècles habituellement réunis sous l'appellation « âge du commerce », à savoir la période 1680-1880. Ce choix n'implique pas que nous refusons *a priori* les autres cadrages chronologiques proposés en termes de « révolution commerciale » ou de « grande transformation » : étant le plus englobant, il permet aussi, à notre sens, de les discuter. C'est la raison pour laquelle notre équipe comprend des spécialistes de l'époque moderne (X. Lamikiz, V. Aoki, M. Grenet, B. Deschanel, M. Martin, A.D. Kessler, M. Barbot), d'autres de l'époque contemporaine (C. Lemercier, S. Vabre, S.A. Marin, T. Mollanger, P. Verley) et d'autres, enfin, dont les travaux portent sur les deux périodes, soit parce qu'ils sont spécialisés sur les décennies charnières entre les XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles (A. Bartolomei, M. De Oliveira, S. Marzagalli, F. Perron, V. Rebolledo-Dhuin), soit parce qu'ils ont réorienté leurs recherches de l'une vers l'autre des périodes concernées au cours de leur carrière (N. Sougy, O. Raveux).

Enfin, notre projet entend prendre pleinement part à **un débat qui dépasse largement les frontières françaises**. Prenant acte de l'écho exceptionnel qu'ont rencontré, des deux côtés de l'Atlantique, les contributions des économistes A. Greif (2006) et T. Guinnane (2010) et de l'historienne F. Trivellato (2009) à la question des fondements de la confiance marchande (cf. état de l'art), nous souhaitons contribuer à la vitalité actuelle de ce champ de recherches en lui apportant une contribution originale et empiriquement fondée. Les contacts noués avec des chercheurs qui sont (ou ont été) en poste aux États-Unis, qui ont publié une partie de leurs travaux dans des revues anglophones et qui sont familiers des postulats néo-institutionnalistes (notamment A. D. Kessler, V. Aoki, X. Lamikiz ou M. Grenet, qui sont membres de l'équipe), de même que le projet d'organiser une rencontre scientifique internationale ou que l'objectif de présenter nos conclusions dans une importante revue anglophone traduisent notre volonté de prendre part à ce dialogue. **Volontairement interdisciplinaire, diachronique et international dans son approche théorique, le projet Fiduciaie entend cependant éviter la dispersion, écueil habituel de telles démarches, en plaçant au cœur de sa réflexion une enquête empirique vaste, mais bien délimitée et qui regroupe l'ensemble des participants du projet.**

En effet, l'objectif principal du projet Fiduciaie consiste, via la création de bases de données systématiques, pouvant faire l'objet d'une quantification, à tester empiriquement les hypothèses formulées quant aux transformations à l'œuvre dans le monde marchand au cours des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles. Les corpus retenus, qui ont fait l'objet d'importants sondages exploratoires durant l'année 2011, grâce à un financement PE/PS obtenu par le coordinateur du présent projet ANR, permettront de mieux comprendre ce qui a changé dans les pratiques marchandes de l'époque.

Une partie de l'équipe travaillera ainsi sur les **circulaires** marchandes, à partir de quelque 2 000 exemplaires de ce type de documents, en cours de recensement dans la correspondance passive de quatre maisons de négoce et de banque renommées, en activité dans la seconde moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle et la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle dans quatre des premières places marchandes françaises (Greffulhe Montz à Paris, Briansiaux à Lille, Veuve Guérin à Lyon et Roux frères à Marseille). Les lettres circulaires sont des documents imprimés qui, dans un premier temps, ont été utilisés pour annoncer à l'ensemble des partenaires d'un négociant les changements intervenus dans la composition de sa société et pour présenter la signature sociale de chaque associé (de Oliveira, 2005, 2008). Leur fonction première est donc de permettre aux partenaires d'une société l'authentification des documents qu'elle émet. D'après

nos premiers dépouillements exploratoires, la circulaire tend cependant à se transformer dans les dernières décennies du XVIII<sup>e</sup> siècle, notamment à la faveur de la période révolutionnaire, qui bouleverse profondément le tissu commercial français. Elle devient alors un outil de prospection de nouvelles clientèles : le contenu des lettres change et s'allonge, il s'enrichit de considérations générales – d'un discours sur le commerce – et recèle de plus en plus fréquemment des informations sur la société, les prestations et les produits qu'elle propose ou encore les qualités de ses associés. De simple outil de communication interne à un réseau marchand préexistant, la circulaire devient ainsi un instrument qui vise à permettre l'identification d'une firme au sein d'un marché de plus en plus large, à susciter l'adhésion et la confiance envers elle (le mot de « confiance » est très présent dans les textes et nous étudierons précisément ses usages) et, de plus en plus souvent, à mettre en avant les avantages des prestations qu'elle offre. Elle apparaît ainsi comme un témoignage de première importance de la transformation des mécanismes de communication et d'entrée en contact à l'œuvre dans le système relationnel marchand européen de l'époque. Comme ces circulaires émanent de l'ensemble des principales places négociantes et industrielles françaises et européennes (les plus importantes comme les plus modestes) et que les quatre destinataires retenus étaient des négociants-banquiers de premier ordre, en rapport non seulement avec des maisons de leur rang mais aussi avec des firmes beaucoup plus modestes sollicitant notamment leurs services bancaires, ce corpus est un observatoire privilégié pour étudier les évolutions à l'œuvre dans l'ensemble du monde négociant européen. À ce corpus principal seront adjointes des séries documentaires complémentaires qui ont d'ores et déjà été repérées par des chercheurs impliqués dans le projet et qui permettront de varier les angles d'observation. Nous procéderons également à des explorations dans d'autres fonds permettant de mieux situer en amont et en aval de la période concernée – les circulaires de notre corpus étant toutes comprises dans la période 1760-1870 – l'origine de la lettre circulaire et ses évolutions postérieures. Dans cette optique, une attention toute particulière sera accordée aux **proto-circulaires** (lettres manuscrites qui ont un objet et un contenu similaire à celui des circulaires imprimées) et aux **prospectus** (documents plus tardifs, qui apparaissent comme l'une des mutations de la circulaire ; les éléments d'identification de l'auteur tendent à s'y effacer au profit d'une mise en valeur des seuls produits et prestations).

Parallèlement à l'exploitation des circulaires, l'équipe travaillera sur les **lettres d'entrée en relation**, à partir des fonds d'archives d'une vingtaine de maisons de commerce : les quatre évoquées ci-dessus, mais aussi d'autres, plus modestes ou ayant exercé à des périodes situées plus tôt (fin du XVII<sup>e</sup> siècle) ou plus tard (1850-1870), cela afin de disposer d'un ensemble plus varié de sociétés, représentatives de différentes parties du tissu commercial des deux siècles de l'étude. Le corpus comprendra les cinq premières lettres de chaque nouvelle correspondance établie entre les maisons sélectionnées et les négociants qui souhaitaient entrer en relations avec elles. Il permettra ainsi d'analyser les protocoles sur lesquels se fondait l'établissement d'une relation marchande inédite (voyage de prospection, recours à des commis voyageurs, recommandation, entrée en relation circonstancielle, etc.), les différences entre secteurs et entre positions occupées par les acteurs dans la hiérarchie mercantile, ainsi que les changements au cours des deux siècles étudiés. Jamais entreprise de manière systématique, une telle étude alimentera notre réflexion sur les instruments – personnels ou impersonnels, objectifs ou symboliques – mobilisés dans la construction de la confiance entre marchands. Elle permettra en outre de mieux situer l'usage des circulaires au sein des diverses possibilités d'entrée en relation existantes dans le monde marchand.

Le troisième chantier se fonde sur le dépouillement de **procurations**. Il s'agit des actes notariés par lesquels une personne ou une société donnent le pouvoir d'effectuer une

opération et d'entreprendre en leur nom une action légale à un fondé de pouvoir. Nous travaillerons sur des échantillons conservés à Paris, Lille, Lyon et Marseille. Des expérimentations sur les manières d'échantillonner ont été réalisées dans le cadre du PE/PS et nous engageant dans une voie précise : dépouiller l'ensemble des procurations, pour cinq années (1680, 1751, 1800, 1851 et 1880), dans certaines études identifiées par carottages comme étant les plus utilisées par les négociants. Nos échantillons seront en outre confrontés, à des fins de généralisation, à d'autres corpus d'actes notariés déjà constitués : base ARNO des Archives nationales, qui recense l'ensemble des actes parisiens pour 1751 et 1851 et permet de repérer des fondés de pouvoir choisis très régulièrement ; bases constituées par Ph. Hoffman, G. Postel-Vinay et J.-L. Rosenthal (2001), qui nous ont été communiquées par les auteurs et à partir desquelles nous pourrions prendre en compte l'usage des procurations dans une gamme de lieux plus diversifiée. Ce chantier nous permettra ainsi d'analyser la professionnalisation du rôle de fondé de pouvoir, lié à la figure encore très mal connue de l'agent d'affaires (Boigeol et Dezalay, 1997). Plus généralement, en travaillant sur les qualifications que mobilisent les auteurs des procurations pour désigner leurs fondés de pouvoir et sur les actions visées par les procurations, nous déterminerons quels sont les fondements de ce type de délégation de responsabilité, crucial pour le fonctionnement du commerce à distance : désigne-t-on un parent, un collègue connu ou un professionnel, chez lequel seule importerait la qualification objective ? Les contrastes sont ainsi très nets au sein de nos dépouillements exploratoires entre les qualifications encadrées fréquentes dans les procurations marseillaises de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle (désignation de parents, amis, co-religionnaires, etc.) et celles, beaucoup plus professionnelles, utilisées au XIX<sup>e</sup> siècle à Paris.

## 2. État de l'art / State of the art

L'hypothèse d'un processus de dépersonnalisation des échanges qui accompagnerait le passage de l'époque moderne à l'époque contemporaine a été peu discutée dans la littérature historique européenne. Ainsi, elle n'apparaît pas dans l'œuvre d'historiens tels que F. Braudel (1979) ou P. Jeannin (2002), qui ont pourtant consacré une large part de leurs travaux à l'étude des relations commerciales dans l'Europe préindustrielle, ni chez les nombreux chercheurs qui, dans la lignée de l'école des *Annales*, ont étudié le négoce maritime et la banque dans l'Europe moderne – peut-être parce que leurs incursions dans la période contemporaine sont restées assez rares. Parmi eux, on peut citer, pour ne retenir que des exemples puisés dans l'abondante littérature francophone consacrée à la question, les travaux de P. Dardel (1963), J. Meyer (1969), C. Carrière (1973) et P. Butel (1974) sur les ports de Rouen, Nantes, Marseille et Bordeaux ou ceux d'H. Lüthy (1961), de L. Dermigny (1960) et de G. Antonetti (1963) qui traitent de maisons de négoce et de banque.

Il faut donc se reporter aux publications anglophones de ces trois dernières décennies, notamment à l'histoire économique néo-institutionnaliste, pour trouver l'hypothèse d'une dépersonnalisation explicitement formulée et défendue. Ainsi, ce thème est récurrent dans l'œuvre de D. North, qui oppose des sociétés « où les relations sont peu intenses et personnelles », dans lesquelles des normes « informelles » sont généralement suffisantes, à des sociétés où dominent les « échanges impersonnels nés de l'élargissement des marchés », lesquelles « requièrent la création d'institutions économiques et politiques » ou de « règles formelles » (2005). S'il ne s'attarde pas dans son dernier ouvrage sur les modalités concrètes

qui ont permis le « passage des échanges personnels aux échanges impersonnels », on sait, à la lecture de l'ensemble de son œuvre, que c'est bien la naissance et l'affirmation de l'État moderne, de ses lois et de sa justice, qui est censée en avoir été le principal moteur (1990), ce qui permet de comprendre finalement comment l'Europe est « passée d'un relatif retard au X<sup>e</sup> siècle à l'hégémonie mondiale au XVIII<sup>e</sup> siècle » (2005, p. 153 et 171). D. North propose donc un cadre chronologique assez lâche pour contextualiser un phénomène qui aurait traversé près d'un millénaire d'histoire européenne et qui déboucherait, *in fine*, sur la spectaculaire croissance économique constatée au XIX<sup>e</sup> siècle dans le cadre de ce qu'il est convenu d'appeler la « révolution industrielle ». Une telle vision des choses, qui associe de façon trop systématique le processus de construction étatique propre à l'Europe à la croissance économique du continent, paraît aujourd'hui difficilement défendable – il suffit de se référer aux travaux de K. Pomeranz (2000), qui montrent que la Chine, quoique dotée d'institutions économiques et politiques très différentes, est parvenue à des performances économiques comparables à celles de la Grande-Bretagne au XVIII<sup>e</sup> siècle. L'idée plus précise, très largement nourrie des travaux qu'A. Greif a consacrés aux réseaux marchands génois et maghrabis dans la Méditerranée médiévale (2006), selon laquelle il existerait deux grands types de systèmes relationnels marchands, l'un étroit et fortement cohésif, l'autre étendu et impersonnel, le passage de l'un à l'autre de ces systèmes permettant de rendre compte de la grande transformation qu'a connue l'Europe entre les époques moderne et contemporaine, peut en revanche être discutée et testée directement dans le cadre du projet Fiducia.

L'idée de dépersonnalisation des échanges apparaît aussi, mais plus ou moins en filigrane, dans le processus de modernisation de l'intermédiation marchande au tournant des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles que décrivent des auteurs comme A. Chandler (1977), S. Chapman (1992) et P. Verley (1997). C'est le premier qui l'évoque le plus ouvertement lorsqu'il décrit les conséquences de l'explosion des échanges transatlantiques aux XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles. Il remarque en effet que « l'essor de ce nouveau courant d'échanges a été le facteur individuel le plus important dans la spécialisation et la dépersonnalisation des affaires » et que « le monde spécialisé et impersonnel des revendeurs, importateurs, facteurs, courtiers et commissionnaires des ports maritimes et fluviaux, en vint à supplanter le monde personnalisé du marchand colonial » (Chandler, 1977, p. 21 et 30). Ses conclusions d'ensemble sur les transformations survenues au cours de la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle sont cependant beaucoup plus nuancées, puisqu'il remarque que « même les négociants les plus spécialisés continuèrent à préférer prendre pour associé ou agent dans une ville éloignée un fils ou un gendre, ou quelqu'un qu'ils connaissaient de longue date ». Pour lui, il n'y eut donc pas de réelle révolution des pratiques marchandes jusqu'à l'apparition des réseaux de chemins de fer et de télégraphe qui, seuls, permirent de court-circuiter les réseaux traditionnels d'intermédiation marchande et d'établir des relations directes entre producteurs et consommateurs (p. 54 et 239). Le constat est globalement le même pour S. Chapman, qui souligne le rôle que continuèrent de jouer les réseaux marchands familiaux ou diasporiques sur la place de Londres durant le premier XIX<sup>e</sup> siècle (Chapman, 1992, p. 32) et associe lui aussi la transformation majeure à la révolution des communications qui eut lieu dans la seconde moitié du siècle (p. 46), ou encore pour P. Verley (1997, p. 183).

Pour tous ces auteurs, la croissance des volumes de transactions constatée entre 1750 et 1850 aurait donc été « smithienne » plutôt que « schumpetérienne » : elle aurait été fondée sur la mobilisation et la rationalisation de techniques commerciales héritées de la période précédente – ce que confirment en particulier, dans le cas états-unis, les travaux de P. Gervais (2004). Cependant, P. Verley remarque aussi l'affirmation, dès avant 1850, de nouvelles formes relationnelles dans le monde marchand, qui tendent à concurrencer ou à supplanter des

réseaux plus anciens, fondés sur l'activation de liens forts. Il insiste notamment, d'une manière qui pourrait au premier abord sembler paradoxale, mais qui est importante pour notre conceptualisation de la « dépersonnalisation », sur le rôle croissant qu'occupent alors les contacts physiques directs et personnels dans la structuration des échanges. Il remarque ainsi que « la circulation de l'information, qui est indispensable au succès des affaires, incite les marchands à se réunir fréquemment, voire quotidiennement, en des lieux publics, comme, à Amsterdam, la Bourse où l'on achète ou vend également des cargaisons, des assurances ou du papier commercial » et évoque les pratiques de formation des apprentis chez les collègues, le recours aux échanges matrimoniaux et l'essor des « voyages de prospection commerciale » (p. 236). Une nouvelle organisation permet ainsi d'établir des liens commerciaux qui restent éminemment interpersonnels, mais qui ne sont plus hérités, encastrés dans des liens forts.

Or, si certains de ces usages paraissent profondément inscrits dans le monde négociant de l'époque moderne (voir Angiolini et Roche, 1995 sur les voyages de formation), la multiplication des foires et marchés pendant la période 1750-1850 (Margairaz, 1988), la pratique des voyages de prospection (Hirsch, 1991) ou encore l'apparition de la figure du commis voyageur dans le monde marchand européen des années 1750 (Gayot, 1998, Bartolomei, Lemercier et Marzagalli, 2012) constituent bien une série de faits, empiriquement constatés, qui suggèrent que le contact personnel direct – le face à face – tendait à être, dans le courant du XVIII<sup>e</sup> siècle, de plus en plus fréquemment utilisé par les négociants pour élargir leurs réseaux et établir des relations avec de nouveaux correspondants. On peut interpréter dans le même sens la mise en avant des usages de la réputation et de la recommandation personnelle par F. Trivellato, dans le cadre d'échanges jusque-là exclusivement pensés comme d'essence diasporique (2009), ou encore les premières conclusions dégagées par les membres du programme ANR MARPROF à partir de leur analyse des comptabilités marchandes des négociants de « l'âge du commerce ». Plus que l'existence de liens forts hérités (généralement supposés caractériser la période moderne) ou les perspectives de profits que présentent une opération donnée (associés à la période contemporaine), c'est l'histoire de la relation et l'expérience personnelle qui en a été conservée qui guide les agents dans leurs prises de décision (Gervais, 2012).

Cette place des relations commerciales fondées sur une forme particulière de connaissance personnelle constitue aussi une donnée essentielle des systèmes relationnels marchands qu'étudie la sociologie économique, dans la lignée des recherches pionnières de M. Granovetter consacrées aux « liens faibles » (1973). Ainsi, les travaux récents de C. Comet (2007) consacrés aux relations de travail nouées dans le secteur du bâtiment, ceux de F. Eloire (2010) sur les liens entre les restaurateurs et leurs fournisseurs, ou encore ceux de M. Grossetti (2008, pour une synthèse) attestent, parmi bien d'autres, la prégnance des relations personnelles dans les relations marchandes contemporaines. Tout cela vient donner corps aux propositions générales formulées il y a déjà près de trente ans par M. Granovetter, lorsqu'il pointait les travers des visions sur-socialisées des systèmes relationnels traditionnels aussi bien que des visions sous-socialisées des systèmes relationnels contemporains (1985). Si désencastrement économique il y a eu, il s'est donc fait au profit, non pas d'un marché atomisé composé d'agents anonymes et interchangeableables, mais plutôt d'un ré-encastrement dans le cadre d'un système relationnel fondé non plus sur des attributs culturels (parentèle, appartenance au même groupe ethnico-religieux) mais sur la connaissance personnelle directe – ou plus indirecte, via la réputation, dont il emporte de comprendre les ressorts et les instruments.

Le concept de dépersonnalisation doit-il être dès lors être considéré comme peu opératoire et strictement spéculatif ? Le projet Fiduciaie fait précisément le pari inverse. En effet, il permet notamment de relire ensemble, comme des parties d'une même dynamique, trois transformations des pratiques marchandes qui ont été jusqu'ici décrites séparément : la spécialisation et la professionnalisation marchande ; la standardisation de l'information sur la qualité des produits et des prestations commerciales ; enfin, l'émergence d'une sphère publique de l'information commerciale. La professionnalisation de certains métiers du commerce a été constatée par de nombreux historiens étudiant notamment les secteurs paracommerciaux (banque, assurance, armement, courtage), qui tendent à se séparer du négoce proprement dit au cours d'une période, entre XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, dont il reste à mieux définir les contours (Carrière, 1973, Chandler, 1977, Chapman, 1992, Verley, 1997). Par exemple, dès lors qu'il s'adresse à un banquier réputé plutôt qu'à un « ami » pour se procurer du papier commercial, le négociant donne la priorité à la performance dans la prestation sur la personnalité du partenaire (Antonetti, 1963, de Oliveira, 2011). La spécialisation marchande a également été tôt évoquée par P. Jeannin qui, relativisant le discours habituel sur la polyvalence des négociants, soulignait que la faible standardisation des produits circulant dans l'Europe moderne leur imposait de se spécialiser dans le commerce de ceux dont ils étaient réellement à même d'apprécier la qualité (Jeannin, 1995). Cette dernière remarque renvoie aux travaux sur l'émergence d'un système de normes de qualité reconnues au-delà de l'échelle locale, voire devenant universelles (Stanziani, 2003, Gayot, 2008). Des études traitant de la généralisation des ventes sur échantillons dans le secteur textile (Chassagne, 1991) ou encore de la standardisation des taxinomies des qualités de charbon (Sougy, 2008) vont dans le même sens : c'est à une qualité reconnue que se fie dorénavant l'acheteur, plus qu'à l'identité même du vendeur. Dans le domaine bancaire, le processus, à certains égards similaire, d'objectivisation de la valeur du papier présenté à l'escompte a également été souligné (Bergeron, 1978, Prunaux, 2008, de Oliveira, 2011). Enfin, la question des vecteurs de l'information marchande a récemment été posée par des travaux d'histoire économique, en lien notamment avec celle de la naissance de la publicité (Chessel, 1998). Les historiens se sont ainsi interrogés sur la valeur et les usages réels des informations publiques véhiculées par la presse commerciale, en plein essor à partir de la seconde moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle (McCusker, 2005, Bartolomei, 2007a, Margairaz et Minard, 2008). W. Friedman a proposé une réponse en décrivant la disparition des commis voyageurs, concurrencés dans leurs tâches par la publicité : à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les boutiquiers états-uniens cherchent à acquérir des produits spécifiques, vantés dans les magazines, plutôt que les produits que leur proposent des représentants qu'ils connaissent personnellement (2004). La réification de la transaction n'interviendrait donc ici qu'après une phase de recours au face à face par le biais des commis.

Enfin, c'est aussi question de la confiance marchande, de ses formes et de ses fondements, qui est soulevée à travers ces différentes déclinaisons de la dépersonnalisation. Ce thème a connu ces dernières années un net regain d'intérêt au sein de l'historiographie sur le commerce (Molho et Ramada Curto, 2003, Greif, 2006, Trivellato, 2009, Guinanne, 2010). Ainsi, lorsque T. Guinanne souligne que, derrière toute relation dite de confiance, sont à l'œuvre en réalité des mécanismes d'information et de coercition, il incite à placer la question de la dépersonnalisation au cœur de la réflexion. En effet, l'information – sur la réputation d'un agent ou la qualité d'un produit – peut être personnelle, mais elle peut aussi emprunter les voies en partie impersonnelles de la presse ou de la notation du crédit. De même, la coercition peut s'exercer dans le cadre étroit de la famille ou de la communauté, mais aussi par les moyens propres au droit et à la justice officielle. Le cas de la lettre de change, déjà bien étudié par plusieurs participants de ce projet, est ici exemplaire. Au cours de la période étudiée, et

semble-t-il plutôt plus précocement en France que dans d'autres pays, cet instrument de crédit tend en effet à s'anonymiser et à se désencastrer : il devient plus facilement négociable, la pratique de la lettre en blanc se répand, etc. Cela impose une évolution des formes de coercition et notamment de la responsabilité solidaire imposée aux signataires. Et ces évolutions ont un impact important sur le poids accordé aux relations personnelles au sein même de la justice propre aux marchands (Bartolomei, 2007b, Kessler, 2007, Aoki, 2010).

Ainsi, le concept de dépersonnalisation apparaît comme un instrument heuristique pour mieux appréhender deux grandes dynamiques à l'œuvre dans la pratique marchande : la première suppose un désencastrement des relations commerciales vis-à-vis de ce qu'on appelle habituellement les liens forts et leur reconfiguration sur des bases non pas anonymes, mais plus interpersonnelles ; la seconde repose sur la professionnalisation, l'objectivisation et la publication d'informations qualitatives sur les produits, les agents et les prestations qu'ils proposent, pouvant tendre à l'anonymisation ou à la réification des transactions. L'extrême intrication de ces deux processus et leur articulation dans les pratiques et les représentations des marchands, tout autant que leur difficile historicisation – quand commencent-ils ? sont-ils aujourd'hui achevés ? – constituent les principaux enjeux scientifiques auxquels le projet *Fiduciaie* entend se confronter, en s'appuyant sur les travaux qui viennent d'être mentionnés et en exploitant les trois corpus de sources décrits, demeurés jusqu'à présent largement sous-exploités.