

LES TECHNIQUES DU COMMERCE DES SOIES AU XVIII^e siècle
 A TRAVERS LES DOCUMENTS COMMERCIAUX ET COMPTABLES
 DES FABRICANTS DE SOIERIES.

par M. Jean PEYROT.

La connaissance des techniques du commerce des soies ne vise pas seulement à combler quelque appétit d'érudition pointilliste. En s'efforçant de préciser comment dans la réalité les soies étaient achetées et vendues, elle constitue une assise solide de l'histoire de la soierie, qui occupe une bonne part de l'histoire économique lyonnaise au XVIII^e siècle. En effet, l'étude des pratiques commerciales, telle qu'elle se dégage des papiers des commerçants, permet de déterminer l'ampleur d'un marché et le rayon d'action commerciale, les circuits financiers et les capitaux mis en oeuvre, les rythmes de ventes et par suite le climat des affaires. Elle permet enfin de percevoir le nombre des intermédiaires sur le circuit des soies et d'apprécier les liens de dépendance économique de ceux qui sont dans le négoce des soies, liens plus lourds de conséquences que les distinctions corporatives figurées dans les règlements de la Fabrique.

I - LES SOURCES.

Comment connaissons-nous les techniques commerciales de la soierie ? Nous disposons de 3 séries de sources d'ampleur et d'intérêt inégaux.

1) Les sources administratives.

Ce sont les multiples facettes de sources souvent uniques. Nous avons, en effet, les documents qui émanent de l'administration centrale ou locale : rapports d'enquête, mémoires, comme par exemple le rapport d'enquête de l'intendant d'Ormesson en 1683 (1) ; le mémoire de Gournay intendant du commerce en

1751 (2) et les nombreux mémoires que le Consulat de Lyon adressait au député du commerce à Paris. (3) Pour une bonne part, l'administration tire ses renseignements des indications fournies par les institutions professionnelles. Il en existe deux : La Chambre de Commerce et la Grande Fabrique. Les mêmes dossiers servent à la Chambre de Commerce et au Consulat. On y retrouve parfois l'intégralité du texte et le plus souvent les mêmes phrases. Il n'y a pas lieu de s'en étonner puisque certains négociants siègent à la fois à la Chambre de Commerce et au Consulat. Les mémoires de la Grande Fabrique sont l'oeuvre des maîtres-gardes et approvisionnement en renseignements les mémoires administratifs officiels. Ainsi le mémoire de Gournay s'appuie en partie sur les indications de la Grande Fabrique. Ces documents d'ordre administratif sont suspects, car on peut les prendre en flagrant délit d'exagération outrancière. Le député du Commerce d'Anisson lui-même demandait à la Chambre de Commerce et au Consulat de lui envoyer des renseignements exacts, pour que ces démarches à la Cour puissent être prises au sérieux (4). Ces documents sont muets sur beaucoup de points au nom du secret des affaires. D'autre part, ils servent d'arguments à des démarches précises auprès des pouvoirs publics : doléances à propos des charges accablantes, interdictions à faire lever, réclamations de toutes sortes. Ces documents veulent trop prouver.

2) Les manuels et traités de commerce.

Ce sont les ancêtres de nos manuels de marketing et de nos rapports de conseillers commerciaux.

(2) Archives Municipales de Lyon. Dossier Grande Fabrique.

(3) Archives Municipales de Lyon B B et Archives de la Chambre de Commerce de Lyon.

(4) Archives de la Chambre de Commerce de Lyon. Lettres d'Anisson. Septembre 1702.

- Nouvelle introduction à la pratique ou dictionnaire des termes de pratique, de droit, d'ordonnances par Claude Joseph de Ferrière - 1734;

- Le dictionnaire universel du Commerce de Savary de 1679 ou mieux le Parfait négociant de Savary dont les éditions de 1713 à 1757 sont constamment enrichies.

Il suffit d'ouvrir le Parfait Négociant pour constater que le commerce des soies y occupe une place essentielle et représente l'idéal de tout commerce.

Bien que ces instructions soient rédigées, en partie d'après des cas réels et en plus grande partie d'après des ordonnances, elles n'en présentent pas moins des règles, des modèles trop généralisés et trop parfaits.

3) Les pièces comptables (5)

Face aux généralités des sources précédentes, elles traduisent la réalité des affaires. Elles sont très disparates. Les archives commerciales sont à peu près inexistantes, d'une part parce que les maisons de commerce du XVIII^e siècle n'existent plus aujourd'hui. (Il peut exister sans doute quelques débris de ces archives chez les descendants des familles de Soyeux) d'autre part parce que l'intérêt de ces archives a été considéré comme nul et qu'enfin le sacro-saint secret des affaires commandait de les tenir à l'écart ou mieux de les détruire. Mais il nous reste ces papiers de commerçants saisis lors des litiges et passés aux mains des juridictions consulaires, le tribunal de la conservation des foires. Bienheureuses faillites grâce

(5) Pour ne pas alourdir l'appareil de références, je signale, une fois pour toutes, que cette étude s'appuie sur le dépouillement de documents tirés de la série "Commerçants" aux Archives départementales du Rhône. Ont été explorés les papiers des fabricants et négociants de soie (en particulier DAPRE, LAURENT, DESGRANGES) et surtout ont été exploités systématiquement les papiers FAYET : Correspondances commerciales et registres de comptabilité. J'ai procédé au relevé méthodique et complet des transactions et opérations comptables sur des fiches - de type artisanal et non perforées - pour chaque client et fournisseur mentionnant date, qualité, aunages et poids, prix unitaires, montant, paiement. J'ai, de même, procédé au relevé des inventaires et des déboursés de caisse pour les façons. Les chiffres avancés sont tirés soit directement de ces données comptables soit de calcul établis à partir de ces données.

auxquelles des commis d'huissier ont bourré dans des sacs ce qu'ils ont pu trouver en fait de papiers commerciaux et de registres, mais moisson bien inégale car les comptabilités ne sont pas régulièrement tenues et les papiers sont mal conservés. Les papiers récents dans les trois ou quatre années qui précèdent la faillite, les papiers se rapportant aux litiges ont été gardés en abondance. Ces pièces, qui traduisent les difficultés de l'entreprise, ne nous donnent qu'une image déformée qu'il faudra rectifier. Il se peut que certains commerçants, aux abois aient fait disparaître quelques papiers avant les saisies mais malgré tout force est de constater qu'il y a loin de la réalité des écritures et des comptes à l'ordonnancement rationnel et rigoureux que prévoit Savary. Enfin un teneur de livres professionnel coûte cher. Vers 1740, dans une maison à l'activité moyenne dont nous reparlerons sous peu, le teneur de livres perçoit des appointements annuels de 150 livres. Nous y trouvons des lettres commerciales, des paquets de factures. Ce sont des pièces isolées et on n'est jamais sûr d'avoir des séries continues. Mais ces factures sont précieuses car elles permettent d'établir pour le XVIII^e siècle le prix des soies. Plus précieux mais plus rares aussi sont les registres de comptabilité. Savary signale qu'un marchand de soie doit en tenir 9. Un document de 1748 signale qu'un marchand fabricant est chargé par autorité de justice de 15 livres. Le grand livre de raison - le livre de vente - le livre d'achat - le brouillard de caisse - le journal de caisse - le livre d'annotations - les copies de lettres - le journal général - le livre de petite caisse - les livres d'ouvriers - le livre des teinturiers - le livre de dévidage - le livre d'emprunt des soies et des ourdissages donnés dehors la maison - le livre de numéros des pièces - le livre des numéros des ballots.

Les livres d'achat et de ventes, le brouillard de caisse de la maison FAYET ont fourni l'ossature de la documentation qui m'a permis de percevoir les méthodes de commerce. Ossature, parce que ces registres constituent de 1729 à 1750 une série continue et exhaustive de l'activité d'une fabrique. Les registres de fabricants couvrant une assez longue période, sont rares. On se posera évidemment

la question de la représentativité de FAYET parmi les 406 marchands recensés en 1739. J'ai tout lieu de penser qu'il représente, sinon un très grand marchand, du moins une bonne moyenne. Dans une lettre, il se vante d'avoir fait travailler jusqu'à 200 ouvriers. Sans doute mais c'est un nombre cumulé sur 20 ans. D'après les livres d'ouvriers, j'en ai compté 36 à 40 dans les bons mois et une soixantaine de métiers. C'est donc une maison assez importante. FAYET (mort en 1756) a constitué, pendant cette période, 3 sociétés dont l'association s'est toujours mal terminée : la première de 1729 à 1740 avec FONTROBERT, la deuxième de 1740 à 1746 avec BILLET, la troisième de 1746 à 1751 avec CHARDINY. Cette période recouvre les graves événements de 1744 et la disette des soies de 1750. J'utiliserai, bien sûr, en confrontation, d'autres documents tirés des autres papiers de FAYET et des papiers d'autres commerçants sans négliger les apports contrôlés des sources administratives. Les registres sont de beaux documents bien tenus, quoique la qualité de la présentation baisse vers la fin des registres. En ce qui concerne les ventes, ils nous indiquent les dates de ventes, les acheteurs, et leurs lieux, le mode de paiement, les quantités en aunes, les qualités, les couleurs, le numéro des pièces, les prix, quelquefois les modes de transport et les faux-frais. En ce qui concerne les achats, ils nous indiquent les vendeurs, leurs lieux, la quantité en poids, les qualités, les prix, les modes de règlements. La montée de la crise de 1749-50 avec la raréfaction des soies d'Italie, préparée par une montée régulière des prix, y apparaît pleinement.

II - LES METHODES COMMERCIALES.

1) Les achats de soies

Les fournisseurs.

Sur les vingt ans d'activités, j'ai repéré un peu plus de 80 noms de fournisseurs, dont beaucoup sont des fournisseurs occasionnels et de petites quantités. Une vingtaine seulement sont des fournisseurs habituels que l'on retrouve régulièrement tout au long de la période. Certains ne fournissent que certaines qualités de

de soie. A l'exception d'un seul qui est de Serrière (aujourd'hui en Ardèche) tous ces fournisseurs habituels sont à Lyon. Ils représentent le type même du grossiste. Certains noms se retrouvent parmi les acheteurs de soieries. Ce sont eux qui font venir la soie et qui en réexpédient une partie. Ils réalisent des groupages d'assortiments. On sait, par ailleurs, qu'ils ne vendent pas que de la soie, même si la soie constitue une bonne part de leurs affaires. C'est là, l'aristocratie du négoce et y figurent des noms qui furent à leur époque des notabilités. Les BAUJAN, FABROY, HUBERT, IMBERT, SOUCHAY, ROLFE et CAILLAT.

Les soies et leur acheminement

La comptabilité confirme ce qu'indiquent par ailleurs les mémoires de la Fabrique, les délibérations de la Chambre de Commerce et les comptes des douanes : l'Italie reste le fournisseur essentiel des soies travaillées à Lyon. Elles sont, en plus chères que les soies de France ou du Comtat mais elles sont indispensables pour assurer la qualité des tissus. Les organsins du Piémont, les plus chers de toutes les soies, servent à la confection des chaînes pour les meilleures étoffes. Il vient également d'Italie des trames de Milan, de Modène ou de Venise. Les soies de pays fournissent des organsins de seconde qualité et surtout des trames. Sur 21 ans d'achat cumulés et calculés en valeur, les soies italiennes représentent la moitié des achats de soie ; exceptionnellement elles ne constituent que 22 % et montent jusqu'à 68 %. Les nombres les plus fréquents sont entre 47 % et 55 %. Nous sommes toutefois assez loin des pourcentages que l'on peut calculer d'après les états des douanes entre 1705 et 1714 (6) où les proportions de soies étrangères calculées en volume atteignent 75 %. Chiffres qu'il faut corriger parce que sont incluses dans les étrangères des soies du Comtat, mais en sens inverse les soies italiennes sont entre 20 et 30 % plus chères que les soies de France et d'Avignon. Seule une confrontation avec d'autres données chiffrées et plus étalées dans le temps permettrait de préciser la lenteur avec laquelle les soies françaises se développent.

(6) Arch. mun. Lyon CC 4352

en quantité et en qualité.

Les routes d'acheminement des soies sont bien connues : rapports de la Chambre de Commerce, documents douaniers, archives de la ville de Genève concordent. (7) Par terre, les soies de Milan et au delà viennent par le Simplon, Sion, la rive Nord du Léman, Collonges et, de là, passent, soit par Nantua, soit par le Pont de Beauvoisin. Les soies de Piémont viennent par le Mont Cenis et le Pont de Beauvoisin. Elles sont acheminées à dos de mulet et il existe des entreprises de transports mulctiers. (8) Mais les passages alpins sont impraticables l'hiver. Aussi les soies arrivent-elles par la voie maritime de Gênes à Marseille et remontent le Rhône. Les soies de pays parviennent à Lyon par voie d'eau ou par mulet.

Les soies sont livrées en ballot, ballotin ou en partie. Le ballot de soie pèse brut autour de 110 livres. Exceptionnellement il monte jusqu'à 140 livres. Il n'atteint jamais les 160 livres que décrivent certains documents administratifs, (9) et qui correspondent au poids moyen d'une balle de fil. Le ballotin pèse entre 40 et 50 livres et la partie entre 15 et 20 livres. Le livre d'achat nous fournit les poids avec précision indiquant le brut, la tare, le net ou directement le net et fait toujours mention d'un rabais de 5 % calculé généralement sur le poids et plus rarement sur le prix total. "Un ballot organsin fin Piémont pesant à la balance 110 L. 9 onces tare 1 L. 6 onces. Don déduit à 5 %. Reste à paiement 103 L. 1/2!" Cette pratique est attestée encore dans les factures trouvées dans d'autres dossiers de fabricants. A quoi correspond ce rabais de 5 % ? Je ne peux encore répondre. Savary semble l'ignorer. Il existe bien un rabais à la vente, rabais d'aunage équivalent environ à 1 % et 1 1/2 % qui sert aussi à arrondir le total du métrage. En ce qui concerne les longueurs, cet ajustement analogue au bon poids compensant les erreurs de mesure, se comprend. A la balance, les erreurs de poids sont évitables. S'agit-il de tenir compte des variations de poids dues aux modifications du degré hygrométrique ? Mais certains achats peu nombreux il est vrai, portent mention d'un rabais supplé-

(7) Arch. Etat Genève A1 et A4

(8) Arch. Dép. Rhône. Commerçants BROCCO.

mentaire pour humidité. Il ne s'agit pas non plus de favoriser des achats en gros puisque l'achat de petites quantités comporte également le don 5 %.

2) Les ventes de soies

Les variétés.

La maison FAYET vend principalement deux sortes de tissus de grande production : les taffetas et les satins. A eux seuls, ils couvrent 90 % de la production. Le reste, quoique parfois de grand prix, n'est qu'un appoint d'assortiment : damas, droguet, serge. Mais taffetas et satins recouvrent quantité d'étoffes dont l'étude relève des techniques de production et non des techniques commerciales. Les satins peuvent être à un lacs, deux lacs, trois lacs, façonnés, figurés, brochés, rayés, chinés. Les taffetas peuvent être façonnés, figurés, brochés, rayés, unis, chinés.

L'aire commerciale

FAYET vend ses tissus dans un rayon qui recouvre la France, la Suisse, touche l'Italie et l'Allemagne. La correspondance commerciale permet déjà de repérer certains points de vente. Mais, outre qu'elle ne fournit pas la liste complète de ces points de vente, elle ne peut délimiter leur importance particulière. Qui plus est, parce que n'ont été conservés que les documents relatifs à un litige, elle risque de fausser les perspectives en privilégiant un point de vente source de longs conflits mais, en réalité, faible marché. L'avantage des registres de vente est de déterminer avec sûreté les emplacements de distribution et les variations du marché. Leur représentation graphique détaillée relève d'une étude spécifique de l'entreprise FAYET et dévierait notre propos. La carte ci-jointe donne un aperçu de l'aire commerciale.

Les clientèles.

J'ai regroupé géographiquement les acheteurs en quatre catégories : Lyon - Paris - les villes de province - l'étranger. Les rapports entre ces quatre clientèles fluctuent au gré des années, mais ils fluctuent bien davantage selon les méthodes de vente qui varient selon les compétences des associés de FAYET et la ca-

pacité du fabricant à organiser son réseau de ventes. FAYET dont la famille s'enracine dans le travail de la soie, a obtenu ses titres de maîtrise. Il est marchand et maître-ouvrier. C'est d'abord un directeur de production. Mais il faut vendre la production et s'occuper du négoce. Avant qu'il constitue sa première société en 1729, il débite l'essentiel de sa production à Paris par l'intermédiaire de commissionnaires. C'est, semble-t-il, pour développer et surveiller les ventes qu'il cherche un associé et constitue sa première société. Cet associé FONTRROBERT, dont la participation est faible (Fayet apporte 15000 livres et Fontrobert 5000), voyage souvent, noue des relations avec les marchands parisiens qui écoulent jusqu'à 60 % de la production. Après les déconvenues qu'apportent la vente à la commission et les règlements commerciaux, la part de Paris diminue fortement au profit de Lyon. Dans la deuxième société constituée avec BILLET en 1740, Lyon représente entre 40 et 50 % des ventes, Paris seulement entre 15 et 25 %, la province 20 à 30 %, l'étranger tourne autour de 10 %. La vente à la commission a disparu. Après 1746, nouvelles tentatives, avec un nouvel associé CHARDINY, de ventes directes sur Paris, (Chardiny fait de fréquents et longs séjours à Paris), une ouverture vers les marchés étrangers et un renouveau de la vente à la commission.

A Lyon, FAYET compte quelques clients d'importance, aux achats réguliers et répétés. Ce sont ces négociants, ces "marchands grossiers", uniquement marchands, disposant d'un réseau de distribution qui vendent la soie brute et achètent les étoffes, plus nombreux dès lors que FAYET à partir de 1736 et surtout de 1740, réduit les ventes au loin et se rabat sur la place lyonnaise. A côté de ces grands marchands une masse d'occasionnels.

A Paris, sur une quarantaine de noms qui ont traité avec FAYET, émergent une bonne douzaine de grands négociants qui sont de gros clients par le volume des achats mais de négoce difficile : les BENTABOLE, HERAULT, LE ROY, MARCHAIS, SELIER, PIQUELEE, BOURJOS. En province comme à l'étranger nous trouvons des clients dont les achats, sans être très importants, sont particulièrement fidèles et qui, de ce fait, constituent un marché solide. Les juifs d'Avi-

Les transports.

Les soies sont acheminées pour la province par le coche d'eau, la diligence ou les messageries. Apparaissent déjà de singuliers détours : les étoffes pour Rennes ou Angers sont fréquemment adressées par Paris, entreposées chez un marchand parisien intermédiaire. Les soieries pour l'étranger sont soit remises directement à l'acheteur, soit livrées à un négociant de Lyon, qui, en facilitant les regroupements, assure la réexpédition. Elles sont plus rarement expédiées par messageries avec des marchands intermédiaires, comme celles de Naples qui transitent par Gênes.

3) Les modes de vente.

En ce qui concerne les ventes aux marchands lyonnais, nous n'avons guère de traces écrites qui permettent de déceler comment sont préparées les transactions. Nous pouvons toutefois repérer que beaucoup de ventes sont fractionnées, nombreuses, rapprochées. La même qualité de tissu est livrée en petites quantités, à peu de jours d'intervalle. On a l'impression que le client attend parfois la production et que FAYET la lui livre au fur et à mesure que les pièces sont rapportées par les ouvriers. Il ne semble pas que ce soit par souci d'assurer une rotation rapide des stocks : car les inventaires des bilans annuels comportent des stocks importants. Provisoirement et par comparaison avec la vente à d'autres négociants provinciaux, je conclurai que le marchand lyonnais commande sur échantillon, selon un dessin et qu'il a hâte d'avoir ses étoffes à sa disposition.

FAYET pratique deux sortes de ventes : la vente à la commission et la vente directe sans intermédiaire.

La vente à la commission est l'exclusivité des négociants parisiens et exceptionnellement se pratique à Naples avec un marchand français qui y est installé. Un marchand est dit de compte à demi et se charge d'écouler les marchandises pour le compte de Fayet. Une comptabilité spéciale leur est affectée. A la date de l'envoi, figure le montant en valeur de l'expédition dans une colonne par-

détail au journal d'envoi". Quand la marchandise est vendue, le négociant parisien en avise FAYET, qui inscrit en débiteur le marchand parisien, détaille le libellé des pièces vendues, déduction faite des provisions à 5 % (rarement 4 %) des rabais d'aunage et des frais d'expédition.

La vente à la commission présente pour le fabricant quelques avantages. Elle permet d'expédier en une seule fois de fortes quantités de tissus et d'assurer à la production un fort débit. Des calculs établis à partir des prix moyens et du montant en valeur de l'envoi, on peut déduire que les expéditions de 1000 aunes et plus en une seule fois sont habituelles, alors que dans les cas de ventes directes les envois de 100 à 300 aunes constituent la règle générale. Dans le Par fait Négociant, Savary ne voit qu'avantage à la vente par commission. Il est vrai que la commission à 5 % incite le marchand à vendre. Il est vrai aussi que le négociant parisien indique l'état du marché : "Je ne pense pas que la consommation pour l'hiver prochain soit avantageuse. Tous les marchands ont presque tous, leur hiver dernier de reste. Il me paraît donc prudent de ne pas donner dans des articles de conséquence. Je crois qu'il convient de ne donner que peu dans le façonné. Le satin rayé peut avoir de la consommation. On en vend assez volontiers à Paris quand les qualités sont bonnes et les rayures et couleurs avantageuses. . . . mais il y a le choix des couleurs à faire qui sont blanc, vert émeraude, bleu céleste et rose vif. Les autres couleurs sont très ingrates à la vente. Les satins moyens sont d'une assez bonne consommation étant bien faits. Toutes couleurs vont assez bien. Les prix vont de 6 à 7 livres, les forts vont de 10 à 10 livres 10 sols. Beaucoup de blancs, rose bien décidé, bleu céleste, quelques grisailles, noisette. . . ."

(BENTABOLE Avril 1750). (10)

(10) Type d'engagement de commissionnaires "J'ai reçu les marchandises ci-dessus pour les vendre de compte à demi avec le sieur Fayet auquel je promets en envoyer la vente à mesure que je les vendrai et promet lui en donner compte et débit et crédit chaque paiement ainsi que les déboursés que je ferai au sujet des dites marchandises. (Correspondance commerciale Naples 1747) (suite page suivante)

Le commissionnaire renseigne sur les désirs d'un acheteur. "Il ne veut que des couleurs hautes et décidées comme rose, vert ponceau, cerise, bleu, jaune et tous fond blanc. Il veut sans ordonner choisir à Paris."

Mais la vente par commission comporte beaucoup d'inconvénients et se révèle onéreuse. Il faudrait pouvoir calculer avec précision les délais entre le moment de l'envoi et celui de la facturation. Or nous n'avons pas les livres d'envois qui mentionnent le numéro des pièces. Le livre de vente n'indique que la date de l'envoi et le montant total de l'expédition. Les factures correspondantes à un envoi global s'échelonnent et se fractionnent, chevauchent différents envois. Cependant, autant qu'on puisse les évaluer grossièrement, ces délais représentent souvent 4 à 6 mois. Ainsi les délais de règlements s'en trouvent allongés de 4 à 6 mois. En outre, le commissionnaire perçoit une provision de 5 % et non de 2 1/2 % comme l'écrit Savary : "ma commission m'est payée comptant et on me fait bon de tous les frais de commerce", écrit en 1748 le négociant Roland qui ajoute n'être tenu ni du croire ni de l'exactitude du débiteur. "Comme beaucoup de mes marchands ne veulent point avoir à faire à Lyon, je donne facture en mon nom et d'abord qu'ils m'ont payé j'en donne avis, on tire sur moi quand je n'ai plus occasion de remettre sur Lyon ce à quoi je ne m'engage point. . . . Aux échéances quand j'ai reçu je donne avis et l'on tire sur moi parce que la plupart ne veulent point avoir à démêler avec Lyon. Je crédite seulement votre compte marchandises par le débit de celui à qui je vends et toujours pour 9 mois qui font 10. Voilà comment je fais avec tous vos Messieurs de Lyon". Enfin le négociant qui vend à la commission vend aussi des marchandises qu'il a achetées lui-même à Fayet ou à d'au-

(suite note 10) ou cette offre de services de style publicitaire du négociant DUFAY "L'envie que nous avons depuis longtemps de travailler avec votre maison nous fait vous faire offre de nos services. Nous faisons la commission et vendont pour compte d'amis toutes les marchandises que l'on nous adresse soit sans garantie ou avec garantie. Si vous êtes dans cet usage et qu'après information faite de notre maison, vous souhaitez nous accorder votre confiance, nous mettrons tout en usage pour la mériter. (Correspondance commerciale Paris. 1749).

tres. Quel que soit son intérêt de commissionnaire, il a plus intérêt encore à écouler d'abord la marchandise qui lui appartient. Le poids des invendus apparaît à travers les lettres échangées. Mais très vite les invendus deviennent invendables. Il faut donc accepter des rabais considérables, ou renoncer à la vente à moins qu'il ne faille payer les frais de retour des pièces. Le fabricant a donc pour lui tous les risques sans pouvoir agir effectivement sur le commissionnaire. Il ne faut pas s'étonner des variations de ce mode de vente. Mais, pour s'en libérer il faudrait pouvoir assurer le même débit de tissus par la vente sans intermédiaire.

Sauf quelques ventes au détail faites au magasin à des pratiques locales ou de passage, la vente directe au marchand revendeur est le mode habituel. Les opérations sont préparées par des correspondances, des envois d'échantillons. On discute par lettre du prix, des qualités, des couleurs. (11) Parfois, le client annonce par lettre son passage à l'occasion duquel il prendra livraison des commandes et verra d'autres tissus. Le temps des foires, celle de printemps surtout, provoque un regain d'activités. C'est le moment favori de ventes aux étrangers et aux marchands de province, qui profitent des temps de franchise. On a sans doute décrit trop complaisamment le déclin des foires de Lyon au XVIIIe siècle. Les juifs d'Avignon forment une clientèle particulière qui revient périodiquement au temps des foires. Ils paient toujours comptant, achetant les soldes, les pièces tachées. A travers la sécheresse des mentions "X... aunes dont une pièce taché

(11) Exemple de ces lettres : "Que ce soit ce que vous avez de plus joli, de plus nouveau et bien fabriqué sans aucune défautuosité. Vous observerez d'y joindre particulièrement 4 ou 5 fond blanc 2 lacs, 4 ou 5 fond paille, 2 ou 3 fond gris, 2 ou 3 fond brun noisette ou porcelaine et en camayeux et autres ou lilas, souci, nuée vert et bleu. . . . Si vos prix et dessin et les couleurs me conviennent je vous renverrai sur le champ les échantillons dont je ferais choix" (Correspondance commerciale BLAISE à Nancy. 1749)

"Par ma dernière lettre je vous ai demandé la pièce de taffetas rayé dont ci-joint l'échantillon mais tout bien considéré vous ne me l'enverrez pas s'il vous plait et pour composer le même nombre vous y mettrez en place une pièce soufre et lilas dans le même goût de la pièce violet que je vous ai demandée. Il faut que les

ou "d'accord pour . . . " on devine les marchandages laborieux, les discussions sur le prix, les rabais finalement accordés, les soldes d'invendus à côté des assortiments en petites quantités de tissus chers. JAUBERT, un bon client d'Aix en Provence, se plaint de la concurrence des Juifs qui "vendent les étoffes en ce pays 25% meilleur marché qu'elles ne nous coûtent dans Lyon."

Les prix et règlements.

S'il est aisé d'établir des séries chiffrées continues pour les prix d'achat des soies, il est décourageant d'élaborer ces mêmes séries pour les prix de vente. Il faut tenir compte de la qualité du tissu. La même variété de tissu est vendue le même jour à des prix différents : interviennent le choix des couleurs et des figures. Mais pour une qualité déterminée de tissus on constate la fantaisie des prix. On a l'impression que les prix sont établis à la tête du client. Les mêmes étoffes sont vendues plus chères aux uns qu'aux autres, plus chères au comptant qu'à terme, plus chères lors d'un gros envoi que lors d'une petite commande. Les clients importants eux-mêmes ne sont pas systématiquement avantagés.

Comme pour les achats, il existe, à la vente, un rabais sur la mesure dit don d'aunage évalué à 1 et généralement 1 1/2 %. Ce rabais, appelé aussi courtage, se retrouve dans d'autres commerces de textiles, motivé par le désir de remédier aux erreurs de mesure et de ne pas léser le détaillant dans le débit de ses marchandises. L'imprécision des mesures tranche paradoxalement sur la précision des modes de règlements financiers.

Quant aux frais ils sont peu importants et à la charge de l'acheteur. Lorsqu'ils sont mentionnés, les emballages et certificat d'acquis montent au total entre 0,2 et 0,8 %. L'envoi à Angers d'un colis de 408 aunes de taffetas rayé va-

(suite note 11) lilas soient clairs, que cette rayure soit moins foncée que la pièce de violet que je vous disais m'envoyer. On me le demande d'une parfaite qualité et je compte que ces taffetas seront plus forts qu'ils n'y paraissent dans l'échantillon."

lant 2.194 livres nécessite un emballage de 3 livres 5 sols et une caisse de 1 livre 15 sols soit 0,2 %, le port et l'acquis à caution coûtent 6 livres 14 sols soit 0,3 %. L'expédition à Rennes de 250 aunes de droguet et serge valant 1.674 livres paie pour emballage et acquit 7 livres 12 sols 6 deniers, ce qui ne monte pas à 0,50 %. La proportion est semblable pour les emballages pour Paris. 3 livres pour un colis valant 915 livres. Elle est un peu plus forte pour les expéditions à l'étranger quand il faut doubler les toiles cirées 9 livres pour une vente de 1.200 livres à Naples (soit moins de 0,8 %). Les frais de voiture, à la charge de l'acheteur sont également peu élevés par rapport au prix des marchandises. Pour Paris il représente entre 1 et 3 %/ Les soies sortent en franchise de douanes en temps de foire. Si elles paient les droits, c'est-à-dire 14 s. par livre pesant et non ad valorem, les frais de douane représentent suivant les tissus entre 0,8 et 3 % maximum. C'est peu, car, dans un tel système, la soie bénéficie de sa grande valeur sous un faible poids. C'est en tout état de cause beaucoup moins que ce qu'indiquent les plaintes des marchands, les procès avec les douanes : selon ces plaintes les frais fiscaux atteignent 8 %, chiffres obtenus en cumulant toutes les charges susceptibles de peser sur les soies y compris les pertes sur le change. Cette fiscalité est bien légère à côté de celle du XXe siècle. M. Carrière a fait, ici même, justice de ces taux exagérés. Les papiers que j'ai exploités vont dans le sens de sa démonstration.

Très peu de transactions sont faites au comptant. Exceptionnel pour les achats de soie, le paiement comptant ne concerne que les ventes faites à des particuliers, généralement peu importantes ou quelques rares ventes à des marchands lyonnais. Deux exceptions cependant : une maison de Lyon - HUBERT - règle au comptant ou dès le 1er paiement. Les Juifs d'Avignon paient presque toujours comptant. Les règlements se font habituellement par lettre de change et remises. Les virements des parties occupent une bonne place dans le brouillard de caisse. Ces lettres de change circulent par la poste et ne passent plus devant les notaires. Elles sont au XVIIIe siècle l'instrument de paiement et de crédit par excellence. Ce qui retient l'attention dans le mode de règlement c'est la longueur

du délai entre la vente et le règlement. Variable, ce délai ne semble obéir à aucune règle précise. En ce qui concerne les ventes, il s'étend du prochain paiement, c'est-à-dire un mois ou 2, jusqu'à 15 et 18 mois. Le plus souvent il est à 9 mois. Il est plus long pour les achats où il peut atteindre 20 mois ; en moyenne il est de 15 à 18 mois. On peut donc en conclure que FAYET achète la soie et la paie 18 mois après. Il vend ses soieries et en reçoit le paiement 9 mois après. Ce délai s'allonge considérablement dans le cas de la vente à la commission car il faut ajouter à ces 9 mois financiers, les 3 à 6 mois qui séparent l'expédition de la vente effective par le commissionnaire.

Si le paiement est avancé, ou si la vente se fait au comptant l'escompte est toujours mentionné. Il est calculé de paiement en paiement, c'est-à-dire de Rois (mars) à Pâques (Juin), de Pâques à Août (septembre), de Août aux Saints (décembre), de Saints aux Rois. Généralement il est à 1 1/2 % par intervalle de paiement, soit 6 % par an et varie légèrement autour de ce taux.

La longueur de ces délais contredit Savary, qui affirme, p. 279 du Parfait Négociant, qu'à Lyon les négociants en soies ne font plus des crédits de 9, 12 ou 15 mois et qu'ils ne vendent plus aux manufacturiers que pour un ou deux paiements, c'est-à-dire 3 ou 6 mois.

Cette longueur des délais de règlements permet sans aucun doute à la manufacture de fabriquer les étoffes mais elle révèle la lourdeur de l'insuffisance du système de crédit.

III - L'ORGANISATION COMMERCIALE : FORCE ET FAIBLESSE DE LA FABRIQUE.

On a souvent loué l'organisation de la Fabrique, son heureuse division du travail tout au long du processus de production entre les marchands qui règlent la vente et les fabricants qui répartissent production et travail entre les ouvriers qui façonnent. Cette division était nécessaire puisque aucun entrepreneur n'était capable de réunir tout à la fois le capital indispensable pour se procurer la matière

première et les compétences techniques pour élaborer le tissu et puisque le rassemblement d'ouvriers dans une grande manufacture, matériellement difficile, allait à contre courant d'une mentalité pour qui l'idéal restait le travail libre et non le salariat. Sur le plan de la production cette organisation était efficace. Elle a même ménagé, ce qui n'est pas négligeable, les possibilités d'ascension sociale. Mais ce n'est pas tout de produire. Il faut vendre sur un marché étroit, éparpillé dans l'espace, riche et du coup, difficile, sensible aux caprices de la clientèle et aux fluctuations de l'activité économique générale. L'organisation commerciale n'est pas au niveau de l'organisation de la production.

Fabrique et réseau de ventes

La Fabrique est impuissante à développer ses propres débouchés et à organiser son réseau de vente sans les marchands. La vente à la commission permet d'écouler rapidement en un point donné de grandes quantités d'étoffes. Avantageuse pour le commissionnaire assuré d'y trouver son compte, elle ne l'est guère en définitive pour le fabricant qui prend sur lui tous les risques et ne peut diriger le réseau de ses commissionnaires. C'est lui qui au contraire est sous la coupe des commissionnaires, lesquels ne sont liés au fabricant que le temps de bonnes affaires et profitent à plein de la concurrence impitoyable que se livrent les producteurs. Un producteur qui abandonne un marchand est vite remplacé. Pour avoir une clientèle attirée, il faut au fabricant un renom qui ne s'acquiert qu'à la longue et peut se transmettre. Mais comment développer les ventes sans tomber sous la dépendance des marchands, lien indispensable entre le producteur forcément limité dans ses assortiments et quantités offertes et le consommateur éloigné et capricieux? Echapper aux commissionnaires parisiens c'est se rabattre sur les grossistes lyonnais, faute de son propre réseau de distribution. La dépendance est à sens unique.

Notre FAYET est bien le type du fabricant, au coeur du processus de fabrication. Une conception ouvriériste, comme celle de GODART, voyait dans l'ouvrier le rouage essentiel du circuit de production, injustement rabaisé sociale-

ment et exploité économiquement par une aristocratie de parvenus admirés et jalouxés qui, en s'élevant, a abandonné le métier pour verser dans le négoce. On s'est trop vite gaussé du fabricant qui ne fabrique pas. C'est en fait, lui l'homofaber de la soierie. Il représente le stade de la conception qui transforme le désir du consommateur, ou ce qu'il pense être le désir du consommateur, en ouvrage de soie, alors que l'ouvrier à façon n'est qu'un exécutant qualifié. C'est lui qui prend les risques de l'innovation et des séquelles d'invendus.

Fabrique et crédit

Si le fabricant dépend du marchand pour écouler sa marchandise, il dépend aussi de lui financièrement. Il est le bénéficiaire et la victime de l'organisation du crédit. Cette organisation a ses points solides : les relations entre les marchands, la pratique du règlement par lettre de change qui facilite le négoce au loin. Mais elle révèle la fragilité de l'assise financière des fabricants qui n'ont pas besoin de beaucoup de capital technique. Une maison, quelquefois louée, a tout le moins une grande pièce et une vaste arrière boutique, un meuble servant de banque, des coffres et armoires, des livres et une table aux écritures et surtout des balances (véritables fortunes à cette époque), un peu de matériel pour pendre les soies, les lustrer et les apprêter ou pour installer les roquets, un ourdissoir. C'est au total très peu par rapport aux sommes manipulées. Les ustensiles de la fabrique sont évalués à environ 1600 livres dans les bilans comptables, (Les inventaires après décès (12) concernant d'autres fabricants confirment la véracité de ces chiffres) alors que les ventes montent à plus de 100.000 livres annuellement et que les stocks de soies et de tissus atteignent aux bilans 70.000 livres. Pour l'ouvrier, le capital technique représente une bien plus grosse fortune : dans les estimations après décès, suspectes de sous-évaluations, le métier à tisser vaut 170 à 200 livres. Deux, trois métiers, plus le petit matériel constitue pour l'ouvrier un capital lourd et précieux. Pour le fabricant, s'il faut une fortune accumulée et une notoriété professionnelle, il ne faut pas beaucoup d'argent liquide.

(12) Arch. dép. Rhône. Inventaire après décès dans les cas de tutelle

Quand BILLET et FAYET s'associent, ils apportent chacun pour 25.000 livres mais dont les 3/4 sont constituées par des soies, qui ne sont qu'un capital circulant. L'affaire, une fois lancée, vit sur la trésorerie et sur le crédit fourni par les lettres de change. Les achats se règlent à 18 mois, les ventes à 9 mois. Les masses d'argent qui roulent ne sont pas arrêtées pour former un capital immobilier dont on n'a nul besoin. Aussi les stocks sont-ils importants : en moyenne la moitié des achats annuels de soies, le cinquième des ventes annuelles de tissus. Les bénéfices de la fabrication évoluent en moyenne entre 10 et 15 % du chiffre d'affaires. Qu'il y ait mévente et accumulation des invendus, retard dans le paiement des lettres ou quelques faillites retentissantes d'importants débiteurs (c'est le cas de ROBBLES, puis de DALPUGEL de Bordeaux, de PORTIER à Paris entre autres), la fabrique FAYET est aux abois. Le commerce sert de banquier à cet industriel de la soie qu'est le fabricant. Mais on découvre, ici, l'incapacité de l'organisation bancaire à assurer un financement industriel. Le marchand fabricant constitue et règle lui-même son crédit, alors qu'un service bancaire moderne maintiendrait étales les trésoreries en compensant par le grand nombre les excédents des uns et les déficits des autres. Tout reposait alors sur des crédits d'autant plus dangereux qu'ils s'allongeaient et se répandaient en cascades sur de multiples personnages. Que le "croire" vienne à manquer et FAYET qui n'a guère les moyens de compenser les risques ne peut surmonter les défaillances de 2 ou 3 négociants. "J'ai perdu 60000 livres en 15 ans" avoue-t-il en 1750.

La fragilité des fabriques, leur vie, somme toute assez courte, sont liées à la vulnérabilité d'un crédit à court terme allongé et à la dépendance étroite par rapport au négociant. Pour constituer une entreprise véritable et réussir une percée d'industrialisation, il aurait fallu joindre à une production diversifiée un réseau de ventes approprié, trouver l'organisation de l'entreprise moderne avec sa branche productive et sa branche commerciale soudées et solidaires. Au XVIIIe siècle ces

deux activités sont séparées et ne sont solidaires qu'au niveau global, macro-économique. Au niveau de l'entreprise cette solidarité n'existe pas ; la multiplicité des producteurs et des acheteurs sauve les initiatives économiques individuelles mais ruine les solidarités nécessaires à l'échelon de l'entreprise.

C'est le négoce qui assure le rayonnement de la soierie de Lyon et en fait, c'est lui qui dirige. Mais contre les étranglements du système commercial, les prouesses de fabrication - et ce siècle en est rempli - ne peuvent rien. Nous sommes en présence d'un capitalisme commercial et non d'un capitalisme industriel.

Fac-similé du journal de vente.

146

1744
du 10^{me} avril

D^{ns} Roullin freres

Rembourse 1744 de 1000 à l'addition avec acquit
à l'adoption de M^{rs} Berthoud à Paris net payé de 1000

	2219	last. gaudin	25 1/2	} 25 1/2	
	2222	dit	10 1/2		
	2233	dit	15 1/2		
	2241	dit	20		
					70 1/2 au 3 ^{me} 383-15-
12	2203	last. gaudin	54 1/2	} 218-	
24	1927	dit	52 1/2		
	2025	dit	30 1/2		
	2000	dit	35 1/2		
	2231	dit	55 1/2		
	2414	dit	34 1/2		
					326 1/2 au 1 ^{er} 1300-

Sous emballage & acquit

7-50-
1091-

du 10^{me} avril

D^{ns} Boidelatour & comp^{te}

Rembourse 1744

	2206	last. gaudin	26 1/2	} 52 1/2	
11	2298	dit	26 1/2		
					52 1/2 au 5 ^{me} 10 ^{me} 349-0-3
24	2195	dit. gaudin	51 1/2	} 102 1/2	
	2140	dit	51 1/2		
	2274	dit. au 20 ^{me} avril	20 1/2		
					102 1/2 au 5 ^{me} 10 ^{me} 102-10-
					102 1/2 au 5 ^{me} 10 ^{me} 102-10-
					102 1/2 au 5 ^{me} 10 ^{me} 102-10-

du 10^{me} avril

D^{ns} Durand & giraud

Rembourse 1744

24	2304	last. gaudin	20	} 20	
24	2327	dit	20		
	2340	dit	20		
					20 1/2 au 3 ^{me} 170-0-

du 10^{me} avril

D^{ns} Goudard gajan & chabert

Rembourse 1744

24	2315	last. gaudin	23 1/2	} 23 1/2	
					23 1/2 au 3 ^{me} 10 ^{me} 218-2-6

126

1754
1617-11-20

D^{ns} Sortou et Souvrat de Lyon & Comptant

92/107 9297 Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1^{er} Mars 100-10-00 100

au 20^{me} Mars 1754

D^{ns} Pierre Scard de Harfettes par saints prochains a Lyon

2320	effraye & Co a Paris au 24 1/2	} 179 3/4 au 1 ^{er} Mars 84	} 968 5-00
3084 25 3/4		
9104 26 3/4		
9202 28		
9275 25 1/2	} 179 3/4 au 1 ^{er} Mars 84	} 1049-14-00
9293	Lettre de change sur Paris de 17 3/8		
			1049-14-00

au 2^{me} Mars 1754

D^{ns} March^{ns} de nre. L^{re} & associés de la ville de Paris

92/107 9298 Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1^{er} Mars 527-10-00

au 2^{me} Mars

D^{ns} Ant. Jolozan de Lyon - par saints prochains

92/107 9299 Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1^{er} Mars 140-16-00

au Mars

D^{ns} J^{ns} Souchay & fils de Lyon & Comptant

9297	Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1 ^{er} Mars	} 90 3/8
9279 25 3/4	
9285	Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1 ^{er} Mars	} 89 3/8 au 1 ^{er} Mars 84
9216	Lettre de change sur Paris de 20 % pour 20 % au 1 ^{er} Mars	
9241 26 3/4	} 187 3/4 au 1 ^{er} Mars 84
9241 26 3/4	
9241 26 3/4	} 187 3/4 au 1 ^{er} Mars 84
9241 26 3/4	

au 2^{me} Mars

2905	effraye & Co a Paris au 24 1/2	} 221 1/2	
9121 25 3/4		
9170 26 3/8		
9289 28		
9285 28	} 219 3/4 au 1 ^{er} Mars 84	} 1151-1-00

86^{me} au 8^{me} Mars 1754 138-15-00

de la ville de Paris

2510-10-00

Aire commerciale de la maison Fayet

Transactions très importantes
importantes
de moyenne importance
faibles

