

Les circuits d'approvisionnement de l'aristocratie (xvii^e-xix^e siècle)

Philippe MEYZIE

RÉSUMÉ

Du xvii^e au xix^e siècle, les aristocrates européens partagent une même culture de consommation qui les conduit à élargir leurs espaces d'approvisionnement. Si leurs domaines et les marchands les plus proches leur fournissent toujours une large partie de leur approvisionnement, ils font aussi appel à des marchands installés dans des grandes places commerciales comme Londres ou Paris qui deviennent des lieux de shopping et voient l'apparition des premiers grands magasins.



Robert Bénard, La marchande de modes, 1769, gravure extraite de l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert. Source : Wikimedia Commons

Aux xvii^e et xviii^e siècles, l'aristocratie européenne partage les mêmes goûts en matière de modes, de décoration et d'alimentation. Il existe une culture de consommation aristocratique caractérisée par l'ostentation, la recherche de distinction, et de plus en plus par celle du confort et du raffinement. Les aristocrates veulent donc le plus souvent obtenir les mêmes biens de luxe, œuvres d'art, vêtements, denrées de choix ou objets de collection à Paris, Vienne ou Madrid. Les études les plus récentes montrent toute la diversité des produits qui circulent ainsi à travers l'Europe par des réseaux d'approvisionnement multiples pour répondre à une demande en constant renouvellement.

Un approvisionnement à l'échelle européenne

Les attentes des aristocrates européens sont assez similaires et suivent les évolutions des modes. Ils s'habillent à la française, recherchent des antiquités venues d'Italie et se procurent des livres en Angleterre. La circulation des objets de luxe est alimentée par leur propension à acheter les mêmes choses afin de partager une culture de consommation commune qui les distinguent du reste de la population. Les magnats polonais portent des

vêtements français, synonymes de luxe et de bon goût. Pour obtenir ces marchandises désirées, en particulier françaises, tous les moyens sont mis en œuvre. Le prince François-Xavier de Saxe (1730-1806), installé en France à partir des années 1770, fait venir d'Italie un clavecin en pièces détachées. Des produits plus ordinaires sont aussi commercialisés par-delà les frontières pour une clientèle aristocratique. Chocolat et pâtes d'Italie, confiseries, fromages et truffes venues de France, vins de Chypre, de Tokay et même du Cap (en Afrique du Sud) sont servis sur les meilleures tables aristocratiques de Londres, Madrid ou Bruxelles. Au gré de leurs relations familiales et politiques, de leurs voyages et de leurs réseaux de fournisseurs, leurs consommations sont souvent marquées par un mélange d'influences. Le prince de Saxe achète des montres d'Italie, des estampes de Venise, des vins d'Espagne, des eaux minérales de Spa, etc. Des réseaux d'approvisionnement multiples sont sollicités pour satisfaire à ces demandes. La géographie de l'approvisionnement d'un aristocrate anglais comme Sir Roger Newdigate (1719-1806) montre un emboîtement des échelles selon les produits : les petites villes proches de sa résidence dans le Warwickshire lui fournissent l'essentiel de ses achats ordinaires, Londres et ses boutiques des marchandises de choix, Florence ou Naples des objets d'art précieux.

Réseaux marchands et réseaux privés

Quelques marchands renommés répartis dans les places commerciales européennes sont les fournisseurs attitrés des maisons aristocratiques, ce qu'ils soulignent souvent dans leurs annonces publicitaires. Grâce à des correspondances, ils sont généralement en contact avec un secrétaire ou un intendant chargé des achats. Les marchands merciers parisiens proposent à leur clientèle aristocratique une vaste gamme de produits qu'ils expédient à l'étranger comme Laurent Danet qui, entre 1680 et 1720, fournit des pierreries et des objets d'art en Bavière ou en Flandre. Les boutiques de luxe sont implantées au plus près des lieux de résidence de l'aristocratie : rue Saint-Honoré et au Palais-Royal à Paris. Au XVIII^e siècle, pour satisfaire au mieux à la demande, ils ouvrent parfois des boutiques dans les capitales européennes comme la modiste Mme Belsent à Florence ou bien se rendent directement auprès des cours princières comme plusieurs marchands parisiens à Dresde ou La Haye afin de fournir bijoux et étoffes. Les marchands recourent à des échantillons et des périodiques (*Cabinet des modes*) afin de faciliter les achats des aristocrates et stimuler leur désir. Les poupées mannequins en bois que les marchands de modes parisiens font circuler orientent les choix des aristocrates. Tout est mis en œuvre pour acheminer les produits dans les meilleures conditions avec des emballages soigneux, des transports rapides et une forte réactivité à la demande.

L'approvisionnement international des maisons aristocratiques s'appuie également sur d'autres réseaux et insèrent leurs consommations dans le jeu des relations sociales et politiques. Des réseaux de clientèle peuvent être mobilisés pour obtenir les meilleurs produits. Le duc de Newcastle fait appel aux ambassadeurs dont il a favorisé la carrière pour se fournir en denrées variées à travers l'Europe. Au cours du XVIII^e siècle, les aristocrates suédois, proches des envoyés diplomatiques à la cour de France (comte Carl Gustaf Tessin, baron Ulric Scheffer, comte de Creutz), les sollicitent pour acheter des objets de luxe prohibés en Suède, des livres, des bijoux ou des vêtements. Le prince de Saxe fait appel à des banquiers et des chargés d'affaires. Dans d'autres cas, des membres de la famille servent de relais à ces « emplettes ». Le marquis de Saint Leonardo commande ainsi des chaussures ou une boîte en porcelaine de Sèvres au duc de Berwick, son frère, installé à Paris. Les envois de cadeaux participent aussi à l'approvisionnement de maisons princières. Bijoux, objets d'art, denrées recherchées sont offertes et circulent de la sorte en Europe. Le roi de Savoie envoie régulièrement des truffes blanches du Piémont à des aristocrates à la cour de Vienne afin qu'ils se montrent favorables aux intérêts de son royaume. L'emprise foncière de la haute noblesse lui offre enfin toujours des voies originales d'approvisionnement à travers les ressources des domaines et les droits seigneuriaux. Au XVIII^e siècle, malgré un recours croissant au commerce, ces circuits continuent d'être mobilisés pour obtenir produits agricoles ou gibier. Vivre de son bien reste malgré tout encore un idéal de la culture de consommation aristocratique.

La mode du shopping

Les déplacements des aristocrates de plus en plus nombreux à partir de la seconde moitié du XVII^e siècle sont aussi l'occasion d'élargir les horizons de leurs consommations. Ils profitent des voyages pour se procurer des marchandises étrangères. La vogue du Grand Tour et l'attrait pour l'Italie les amènent souvent à acheter des objets antiques ou des œuvres d'art. Au cours du XVIII^e siècle, l'acte d'achat devient même un motif du voyage

avec la mode du shopping initiée à Londres et à Paris où le *Magasin général* est fréquenté par de nombreux aristocrates étrangers comme le prince de Carignan, Lord Waldegrave ou le comte von Hoym. Selon la baronne d'Oberkirch, cliente assidue des marchands parisiens, « quand on quitte Paris il faudrait des fourgons ». Les galeries du Palais-Royal à Paris comme Regent Street à Londres accueillent de nombreuses boutiques fréquentées par la noblesse européenne. L'essor du monde de la boutique et l'apparition des grands magasins vers le milieu du XIX^e siècle donne un souffle nouveau aux consommations de l'aristocratie dans des espaces où se côtoient les marchandises les plus recherchées de l'époque. Il est alors de bon ton de se rendre dans les grands magasins des boulevards parisiens ou chez Harrods à Londres. En Europe, cette période marque l'entrée dans une nouvelle ère de consommation où les pratiques d'approvisionnement de l'aristocratie perdent progressivement de leurs spécificités pour se confondre avec des usages commerciaux qui se diffusent auprès de la bourgeoisie.

BIBLIOGRAPHIE

FIGEAC, Michel, BOUNEAU, Christophe (dir.), *Circulation, métissage et culture matérielle (XVI^e-XX^e siècles)*, Paris, Garnier, 2017.

CASTELLUCCIO, Stéphane (dir.), *Le commerce du luxe à Paris aux XVI^e et XVIII^e siècles. Échanges nationaux et internationaux*, Berne, Peter Lang, 2009.

STOBART, Jon, ROTHERY, Mark, *Consumption and the Country House*, Oxford, Oxford University Press, 2016.

Source URL:

<https://ehne.fr/encyclopedie/thematiques/civilisation-materielle/consommation-et-circulations-transnationales/les-circuits-d'approvisionnement-de-l'aristocratie-xviiie-xixe-siecle>