

L'ÉPICERIE PARISIENNE AU XIX^E SIÈCLE OU LA CORPORATION ÉCLATÉE

Article publié dans *Le Mouvement social*, n° 108, juillet-septembre 1979, p. 113-130.

Article traduit en anglais in G. Crossick et H. G. Haupt ed., *Shopkeepers and Masters artisans in nineteenth-century Europe*, Londres et New-York, Methuen, 1984.

L'illustration figurant page 116 fut du seul choix de la revue.

La pagination originale est donnée en italiques entre crochets.

Alain FAURE
Université de Paris X-Nanterre
afaure@u-paris10.fr

La boutique est un continent vierge. Ce n'est pourtant pas faute d'être souvent évoquée dans les études de stratification sociale¹ ou les essais sur l'histoire des rapports de production². Ces tentatives constituent certes un progrès par rapport aux sempiternelles citations du *Bonheur des Dames*, mais l'absence de problématique d'un côté, l'indigence de l'information concrète de l'autre, laissent sans réponse les questions essentielles. Est-ce à dire que le commerce de détail assigne chez tous ceux qui en vivent, au-delà des spécialisations professionnelles et de l'ampleur variée des affaires, un même destin, une même place dans la société, les mêmes intérêts et les mêmes ennemis ? Et si groupe ou classe sociale il y a, à quelle époque en situer l'avènement, quelle en est la stabilité au fil du temps et à quelles lois obéit le renouvellement des hommes ? Enfin, quelle est l'histoire de la distribution de détail elle-même ? L'organisation de la production, l'opposition de formes concurrentes de distribution, les différents modes de consommation en usage dans la société sont des phénomènes déterminants pour le petit commerce, à la fois dans sa fonction économique et son utilité sociale.

Les écueils qui entourent l'étude des métiers du commerce sont multiples : documentation très dispersée ou noyée dans des sources peu maniables, absence de toute enquête officielle avant 1912... Le salut est dans la monographie, c'est-à-dire une analyse patiemment conduite métier par métier, mêlant tous les aspects économiques et sociaux de leur histoire. Cette démarche, loin des machineries statistiques de l'histoire quantitative, peut seule apporter l'information nécessaire pour asseoir une problématique aussi rigoureuse qu'ouverte sur le réel. C'est en même temps retrouver une méthode chère à la science sociale du 19^e siècle, et un de ses plus précieux apports, des enquêtes de la Chambre de commerce de Paris (qui ne sont autres qu'une collection de monographies) aux travaux de l'école de Le Play ou aux premières enquêtes de l'Office du travail.

Il va sans dire que la monographie ne prend son sens que multipliée, ne fut-ce qu'en raison du danger à se laisser enfermer dans le pittoresque ou les particularités d'un métier. Seules des études [113]parallèles et également raisonnées, menées avec

1. Voir la contribution d'Adeline Daumard consacrée à Paris in *Les fortunes françaises au XIX^e siècle*, Paris-La Haye, Mouton, 1973.

2. Voir la première partie de l'étude de Baudelot, Establet et Malemort, *La petite bourgeoisie en France*, Paris, Maspero, 1974.

le même questionnement, peuvent jeter les bases d'une réflexion synthétique sur ce secteur de l'économie et de la société. Cet article a une plus modeste ambition puisqu'il se borne à l'épicerie parisienne et, principalement nourri de l'étude des faillites entre 1880 et 1895, ne prétend pas en conduire l'histoire jusqu'à nos jours. Simple essai monographique qui repose sur une conviction : l'analyse infrastructurelle des métiers constitue le préalable indispensable à la compréhension de l'image que leurs membres ont d'eux-mêmes, des institutions qu'ils mettent en place pour leur défense et de leurs faits et gestes dans la cité.

Une corporation sous Louis-Philippe

Nombre d'idéalisations rétrospectives et de clichés contemporains ont ôté une bonne partie de sa réalité à la boutique du temps des notables. Encore est-ce pour omettre de signaler sa relative nouveauté : dans l'épicerie, comme dans d'autres commerces à clientèle populaire, le boutiquier n'a que lentement remplacé, au long du 18^e siècle, le regrattier ambulante à la forte voix. Mais ce n'est là que brouille en regard du portrait nostalgique brosse par les professionnels à l'orée du 20^e siècle : bénie des dieux était l'épicerie de nos pères, qui faisait doucement ses affaires ; alors, point de concurrence déloyale ni d'inégalité dans le métier, mais l'unique souci d'assurer la transmission du fonds à un fils ou à un gendre. Aujourd'hui, l'analyse de ceux pour qui "en 1848, en France, la petite bourgeoisie, c'est la boutique" procède bien sûr d'un tout autre esprit, mais n'aboutit pas à de très contradictoires conclusions : le patronat du comptoir, assumant déjà une pure fonction de redistribution, représente en soi une catégorie sociale nettement détachée du peuple par la propriété, et dans la vie collective, une force politique par l'agrégation de ses membres au pays légal. Âge d'or du petit commerce ou berceau historique de la petite bourgeoisie, telle aurait été l'époque.

Voilà qui appelle quelques vérifications : l'analyse concrète du milieu épicière constitue une excellente épreuve puisqu'on a là une des branches les plus nombreuses du commerce de détail dans la capitale. Est-il vrai qu'une épicerie en vaille une autre ? Les listes électorales censitaires conduisent à de toutes autres conclusions. En 1846 par exemple³, à peine 290 des 1 649 épiciers détaillants inscrits au Bottin du commerce payaient les impôts suffisants pour atteindre le cens : plus de huit épiciers sur dix ne votaient pas. Ce fossé était d'autant plus profond que la propriété foncière ne jouait qu'un rôle secondaire : un tiers seulement des électeurs devaient leur inscription à leur cote foncière ; bien mieux : plus la patente augmentait, plus rares étaient les propriétaires. Si l'épicerie restait en son entier un milieu de modestes entreprises (les éligibles n'étaient qu'une poignée), une hiérarchie existait bel et bien. De la masse des petites et moyennes boutiques répandues dans tous les quartiers se détachent les plus infimes détaillants, les regrattiers, comme disent encore les tarifs de patente [114] : 18 % des épiciers en 1806⁴. Un monde séparait ces commerces de poche de la boutique censitaire dont les enseignes fleurissent au long des quartiers résidentiels et à la mode, Chaussée d'Antin, près du Palais-Royal ou rue Vivienne. Les gros bonnets de la profession étaient quartier Saint-Avoie, dans le lacs des rues entourant Saint-Merri, à deux pas des grossistes et au coeur d'un marché de consommation incomparable. Où, sinon seulement dans ces élites épicières, aurait-il pu exister une continuité familiale⁵, voire

³. Le choix a volontairement porté sur une année postérieure à la loi fondamentale de 1844 sur les patentes, son application à Paris ayant eu pour effet d'alourdir l'impôt sur les classes inférieures où étaient les épiciers.

⁴. Archives de Paris (APa), Rapport du directeur des contributions directes, 1807.

⁵. Le Syndicat de l'épicerie française (32 rue du Renard) possède un manuscrit intitulé *Lettres d'un commis épicière*, recueil de la copieuse correspondance adressée entre 1807 et 1810 par Jean-Alexandre

un réseau enchevêtré de lignages ? Quelques grandes familles, entourées d'une nébuleuse de minces boutiquiers : l'épicerie était un monde contrasté.

L'aristocratie du métier n'était pourtant pas ces grands noms du détail, mais le cercle des grossistes et des négociants. Dans leurs magasins de la rue de la Verrerie, véritables Halles de l'épicerie, venaient s'accumuler tout ce que débitaient les boutiques de la ville : "produits coloniaux" (sucre, café, thé), toute l'alimentation sèche, des pâtes à la confiture, enfin les multiples produits d'éclairage et d'entretien de la maison. Tenant l'approvisionnement, les grossistes tenaient les boutiques, non sans déployer une grande souplesse en affaires, intéressés qu'ils étaient au maintien de leurs débouchés : escomptes et ristournes pour les bons payeurs, crédits sagement consentis aux boutiques en difficulté. L'intermédiaire était roi, mais monarque constitutionnel. Quelques épiceries, grâce au grand débit assuré par la clientèle riche, achetaient directement en fabrique, mais c'était là une rareté, et cette clientèle, payant mal et toujours à longs délais, avait ses périls. Ce commerce, en dépit des inégalités entre ses membres, formait comme un corps unifié derrière ses fournisseurs, une véritable corporation commerciale.

Le négoce tenait lui-même sa puissance d'un secteur productif très émiétté, particulièrement dans l'alimentation, et qui ne songeait guère à établir de relations directes avec le marché, débitants ou consommateurs. Le grossiste était un rassembleur de produits qu'il livrait en l'état, tout en vrac, au débitant. C'est à la boutique que se faisait le conditionnement : pesée, emballage, étiquetage... l'épicier de ce temps ne vendait que des produits anonymes de fabricants anonymes et se devait de posséder, tant pour le choix que pour le maniement de ses marchandises, des connaissances qui valaient bien celles requises par les métiers de la main. Cette assimilation est naturelle puisque la grande majorité des épiceries étaient aussi des lieux de transformation, et rien moins que marginaux par rapport aux ateliers spécialisés : en 1848, les 1 130 épiceries-laboratoires de la capitale produisaient 17 % de la confiture, 23 % du chocolat [115] et 77 % du café torréfié. Petite industrie de l'alimentation, l'épicerie employait à demeure tout un peuple d'apprentis et de commis, hommes à tout faire de la boutique, mais à qui leurs "économies", nous dit-on⁶, donnaient la perspective d'un établissement dans le métier... Commerce et industrie étaient bien loin d'être partout des sphères séparées au début du 19^e siècle : à vrai dire, l'évolution ne faisait que commencer.

Au caractère personnel du travail qui se fait au magasin répond le caractère personnel des relations qui se nouent entre vendeur et consommateur. L'acte d'achat était de nature conflictuelle, la boutique le lieu d'un rapport de forces. L'épicerie à clientèle populaire devait se plier aux habitudes et aux besoins des pratiques : longues heures d'ouverture (de 6 h. à 22 h.) et débit à très petit détail⁷ :

"Le peuple n'achète point de fromages en gros, ni même une livre de sucre, ni une pinte d'huile [...], il achète en détail jusqu'au girofle, le matin seulement pour le dîner et le soir seulement pour le souper."

Crédit aussi, bien sûr, car il n'était de clientèle régulière sans ardoise : les prix majorés auxquels conduit le petit détail représentaient en quelque sorte l'intérêt de

Bauche à son père épicier à Lardy (Seine-et-Oise). Le donateur, petit-fils de Jean-Alexandre, écrit à propos de son grand-père : "Il mourut à Paris le 19 août 1839, laissant trois fils établis à Paris : 1) Jean-Alexandre, de 1833 à 1855, rue Saint-Lazare, 2) Émile Nicolas, de 1836 à 1854, rue de Sèvres ; 3) Camille-Marie, de 1847 à 1862, rue de Bondy. C'est un rare exemple d'une génération d'épiciers parisiens qui s'est perpétuée pendant près d'un siècle, puisque moi-même j'ai eu l'honneur d'appartenir à la corporation jusqu'en 1881 et d'avoir été vice-président de la Chambre syndicale de l'Épicerie française."

6. Chambre de commerce de Paris, *Statistique de l'industrie à Paris...*, Paris, 1851.

7. Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, t. XII, Paris, 1789, p. 78.

ces créances obligées. L'absence de prix fixes, affichés, ainsi que l'anonymat des produits, supposaient du consommateur une connaissance des cours et un contrôle de la qualité dont les difficultés mêmes faisaient planer en permanence une suspicion sur le commerçant. Enfin les aléas du crédit et l'émiettement des achats incitaient le vendeur à multiplier les occasions de bénéfice exceptionnel : tromperies sur le poids, favorisées par un système métrique extrêmement lent à s'imposer, et surtout falsifications des denrées à l'aide d'innombrables recettes très souvent dénoncées à l'époque. La police commerciale, tout en déplorant la passivité ordinaire du consommateur, ne cessait d'attirer l'attention des autorités sur l'hostilité latente du peuple à l'égard des boutiquiers et les redoutables manifestations à en attendre "lorsqu'il y a disette ou cherté"⁸. Si la propriété est bien ce qui crée le fossé entre les classes, c'est autant par le bénéfice qu'elle procure à ses détenteurs que par la manière dont il est prélevé.

Au bonheur des ménagères

La production et la distribution alimentaires connaissent dans la seconde moitié du siècle de fondamentales mutations et introduisent dans le commerce de détail des méthodes et des logiques aux antipodes de ses traditions. Dans l'épicerie, passé 1860, le capitalisme livre assaut à l'édifice corporatif. A l'origine, l'extraordinaire réussite d'une entreprise conçue et dirigée par un des pères fondateurs de la consommation de masse, Félix Potin.

Le grand magasin alimentaire à la Potin obéit aux mêmes règles d'or commerciales que ses illustres contemporains de la nouveauté. Âme et but suprême de tout l'édifice, la vente à grand débit [117] se conjugue avec une compensation calculée des bénéfices : attirer la clientèle par des prix comprimés (la "gâche") sur quelques articles essentiels pour lui faire acheter tout le reste. Mais l'alimentation n'était pas la nouveauté, les méthodes d'approvisionnement de la boutique traditionnelle ne pouvaient être celles de la grande épicerie : pour elle, tout était à construire. Nouveaux circuits d'abord : Potin a débuté comme acheteur direct sur les grandes places d'importation et, surtout pour le sucre, en passant des marchés avec les producteurs. Seuls les prix obtenus permirent la gâche. Mais restait un autre goulot d'étranglement, une production alimentaire, sinon totalement boutiquière et domestique, du moins fort dispersée. Potin devint son propre fabricant, à une échelle de plus en plus grande : de l'usine de La Villette et des entrepôts de Pantin sortaient à la fin du siècle de quoi nourrir toute une ville. Entreprise fortement intégrée, la firme Potin était devenue une immense machine à vendre.

Mais qu'aurait pu produire ce capital multiforme sans une révolution des méthodes de vente ? Son principe est simple : inspirer une confiance totale à l'acheteur, pour le plus grand profit du vendeur. Pas de marges ni de bénéfices incertains : prix affichés, paiement comptant ; la grosse clientèle des livraisons à domicile se voit persuadée de régler sans délais ses factures... Pas de ventes minimales avec leurs manipulations sans fin : tout est vendu à l'unité de mesure ou par grandes fractions, sans majoration. La marchandise arrive au magasin tout emballée, pesée, et surtout marquée au nom de l'entreprise, car chez Potin on ne vend pas des produits d'épicerie, mais les produits Félix Potin. La mort du vrac, c'est la naissance de la marque, flanquée de son parrain, la publicité. Potin n'a certes inventé ni la marque ni l'annonce, d'autres allaient venir qui usèrent avec une tout autre ampleur du nouveau médium, mais il fut de l'une et de l'autre le véritable introducteur en montrant par sa réussite même la voie à suivre pour dresser le consommateur. Et, avant les capitaux, l'idée qui fut le secret de cette réussite est d'avoir attaché une

⁸. Archives de la préfecture de Police, D^B 462, 463 et 465, dossiers sur la police alimentaire.

clientèle à son nom en la persuadant que le bon marché, le juste poids, la fraîcheur et le bon aloi des produits étaient affaire d'étiquette.

Élimination des intermédiaires, industrialisation de la fabrication, publicité : la distribution était décidément entrée dans une ère nouvelle. Après Potin, exemple unique d'intégration, l'épicerie moderne emprunte deux modes parallèles de croissance : la grande surface de vente et l'usine. Après 1880 s'épanouit une grande industrie alimentaire : conserveries, chocolateries, confitureries, distilleries, biscuiteries... Le fabricant entend désormais sortir de l'anonymat et créer lui-même son marché : la publicité imprime sa marque dans toutes les têtes et les professionnels de la distribution ne sont plus que les auxiliaires d'une consommation qui leur échappe. Le succès des produits annoncés non seulement transforme le détaillant en un simple entrepositaire de paquets et détruit toute fabrication personnelle, mais modifie radicalement l'acte de vente : aux rapports de personne à personne succède l'automatisme créé par la puissance des signes. L'impérialisme économique a fait ses premières armes sur le marché intérieur. Enfin, sur les grandes marques, le détaillant doit se contenter d'une marge minime : la forte demande créée les [118] transforme en articles témoins qu'il faut savoir sacrifier pour garder une clientèle.

Moins spectaculaire, plus heurtée, la croissance de la grande épicerie de détail n'en est pas moins l'autre événement du demi-siècle. En 1860, la Chambre de commerce signalait à Paris sept grands établissements attirant "la clientèle des petits épiciers" : déjà, Potin n'était plus seul. Usant des mêmes méthodes commerciales que le maître, gros client de la production, le secteur connut un développement continu et, après 1900, accéléré, sans toutefois atteindre au gigantisme rêvé par certains milieux d'affaires⁹. Ce dynamisme, la grande épicerie le devait surtout à la baisse tendancielle des prix du café et du sucre entraînée par l'industrialisation et les réformes douanières ; favorisée par ses méthodes d'approvisionnement, elle pratiquait un gâchage systématique sur ces articles réclames et reportait la compensation sur les produits frais qui font alors leur apparition dans l'épicerie : fruits et légumes, pâtisserie, parfois viandes et volailles. En s'agrandissant, ce commerce avait connu une dé-spécialisation qui renforçait encore l'attrait de ses grandes surfaces. Servitude des marques sacrifiées, guerre des prix sur les produits de base... que restait-il de l'épicerie traditionnelle dans ces tempêtes ?

La jeune petite épicerie

Première et nécessaire approche de la réalité : le nombre des boutiques et ses variations. Pour simple qu'il apparaisse dans son principe, le comptage des établissements commerciaux pose de redoutables problèmes de source. Les rôles nominatifs de patente seraient bien le document roi, mais rien n'en subsiste avant 1885, et le dépouillement de ces énormes registres exigerait les moyens d'une équipe. Les annuaires professionnels restent, quand ils existent, comme c'est le cas pour l'épicerie, le plus sûr des guides.

⁹.Les Grands magasins du Louvre caressèrent le projet d'un immense bazar alimentaire à l'occasion de l'ouverture du Terminus-Hotel en 1889 (P. Du Maroussem, *La question ouvrière, t. IV, Halles centrales de Paris et commerce de l'alimentation*, Paris, 1884, p. 172-173).

Année	Nombre d'établissements	Indices	Source
1860	3 370	100	Chambre de Commerce
1891	4 494	133,3	Annuaire Garnaud
1896	5 094	151,1	Annuaire Seigneurie
1910	4 179	124	Annuaire Seigneurie
1914	4 334	128,8	Annuaire Seigneurie

Deux phases dans ce long demi-siècle : une très forte progression de l'annexion des faubourgs en 1860 au milieu des années 1890 (le boom 1891-1896, peu crédible, tient au changement d'annuaire), [119] ensuite une crise profonde, enrayée à la fin de la période. Bilan global à vrai dire trompeur, car il cache des mouvements contradictoires au sein de l'espace parisien :

Arr.	Nombre d'épicerie de détail			Nombre d'habitants par épicerie			Évolution de la population (en %)	
	1860	1891	1914	1861	1891	1911	1861-1891	1891-1911
1er	131	76	60	683	894	984	- 24,1	- 13,2
2e	122	86	54	669	813	1 118	- 14,3	- 13,6
3e	174	113	92	570	785	944	- 10,5	- 2,1
4e	183	165	120	593	598	944	- 9,1	1,7
5e	202	226	184	533	515	660	8,1	4,2
6e	168	142	78	571	697	1 320	3,2	3,9
7e	121	146	90	603	655	1 181	31,1	11
8e	119	102	54	587	1 046	1 938	52,9	- 2
9e	182	105	122	590	1 149	981	12,4	- 0,9
10e	177	223	152	642	693	995	36	- 2,2
11e	252	427	378	499	500	641	69,8	13,4
12e	166	287	310	396	394	488	224,8	34
13e	127	275	306	447	396	466	98,3	30,6
14e	133	279	370	395	402	442	113,3	45,7
15e	138	332	412	406	354	484	109,6	69,4
16e	86	135	98	427	653	1 532	140,1	70,2
17e	174	306	272	432	564	794	129,3	25,1
18e	288	374	434	369	508	633	99,7	29,3
19e	231	304	292	331	418	534	66,3	22,5
20e	196	392	456	357	358	396	100,1	28,9
Paris	3 370	4 495	4 334					

Aux coupures chronologiques viennent se superposer les contrastes d'évolution entre zones centrales et zones périphériques de la capitale. Si le plus vieux centre de dépeuplement continu (1er-4e arrondissements) a été le lieu d'un laminage régulier de l'effectif boutiquier, le reste de l'ancien Paris (5e-10e), quelle qu'en fut l'évolution démographique, connut un destin au bout du compte semblable : trois arrondissements seulement progressent – et faiblement – au cours de la première phase, et tous, à l'exception du 9e, enregistrent de nombreux départs après 1891. Au total, le Paris central a vu disparaître plus du tiers de ses épicerie en cinquante ans (573 boutiques) : en 1914, n'y subsistait qu'à peine plus du cinquième des fonds. Dans les faubourgs, du 13e au 15e, du 18e au 12e, l'essor est considérable pendant les trente années qui suivent l'annexion (955 fonds) et atteint une ampleur

comparable et même, sur la rive gauche, supérieure à celle du peuplement. Un net essoufflement marque cependant la seconde phase : les ratios s'élèvent partout et, çà et là (11e, 19e), apparaît un solde négatif. Le bilan déficitaire de la période s'explique par un moindre dynamisme, insuffisant pour compenser les pertes de l'épicerie centrale. Mais rien encore qui remette en cause le très haut niveau acquis. [120]

Ces coupes sombres dans le centre, cette déconcentration du métier ne font que traduire le démantèlement de l'épicerie traditionnelle, et, en tout premier lieu, de son élite des quartiers commerciaux et de vieille résidence bourgeoise. Effet des destructions haussmanniennes et contrecoup du déclin démographique ? Sans doute, mais l'explication ne vaut pas pour toute la zone et ne dit pas tout. C'est ici, principalement dans les larges voies du nouveau Paris, que s'est installée et développée la grande épicerie, peu nombreuse, rayonnant sur de vastes quartiers et forçant peu à peu au départ la boutique enkystée dans l'ancien tissu urbain. Cette nouvelle épicerie centrale qui "monopolise l'alimentation" comme l'écrit alors un ancien¹⁰, est forte, vers 1900, d'un groupe de soixante-dix à quatre-vingts maisons, dont dix employaient plus de cinquante commis et dix encore plus de cent. Les quarante épiceries qui, en 1910, dépassaient le million d'affaires par an salariaient plus d'un tiers des garçons. A l'exception des géants comme Potin (quatre grandes succursales en 1905) ou Damoy (300 employés boulevard Sébastopol), l'entreprise restait familiale, et de direction et de capital : sans doute a-t-il pu exister quelques cas de filiation, mais au sommet du métier une génération épicière avait été chassée par une autre, disposant de moyens bien plus importants et usant de méthodes commerciales bien différentes.

Contraste total avec la prolifération commerciale dans la zone annexée. Le faubourg qui grandit, c'est la petite boutique qui s'ouvre. L'épicerie non seulement s'installe dans les grand'rués de cette ancienne banlieue de villages, mais suit le peuplement à la trace : elle forme, avec le marchand de vins et quelque boulangerie ou boucherie, toute l'ossature commerciale des multiples petits quartiers de la ville ouvrière. La division sociale de l'espace parisien a ouvert une Californie au petit commerce, un marché à coloniser, immense et délaissé.

Telle clientèle, telle boutique : le grand commerce de détail ne pénètre pas dans la périphérie, les nouveaux modes de consommation ne concernent pas les ouvriers. Dans quelles couches de la société la grande épicerie recrute-t-elle ses chalands ? Ni en bas ni en haut – un commerce de luxe, bien à part, existe pour la satisfaction des estomacs très à l'aise – mais dans la bourgeoisie moyenne et les catégories supérieures du salariat, employés et petits fonctionnaires. Si, en 1905, une épicerie Potin vint s'aventurer dans le faubourg Saint-Antoine, c'est au coin de l'avenue Ledru-Rollin, grande percée bourgeoise dans un quartier en pleine transformation. Inversement, partout où subsistait dans le centre une population ouvrière importante, grandes maisons et boutiques infimes coexistaient sans se heurter le moins du monde. Ainsi, dans le 3e arrondissement, les rôles de patentes montrent bien un effondrement du nombre des fonds entre 1895 et 1905, mais au détriment exclusif des épiceries ordinaires (cinquante-trois disparaissent) : les regrattiers s'étaient partout maintenus et même gagnaient quelques unités aux Arts-et-Métiers¹¹. Les ouvriers [121] et les petits façonniers de la Fabrique parisienne continuaient à faire travailler ces minuscules points de vente, à deux pas des caravansérails alimentaires du boulevard de Sébastopol ou de la place de la

¹⁰. L. Arnou, in *L'Épicerie française* (organe du Syndicat de l'Épicerie française), 20 avril 1906.

¹¹. APa, D2 P9, rôles de patente du 3e arrondissement ; résultat du travail de dépouillement effectué en 1976 par Jacqueline Federici et Claire Vroelant.

République. Bref, "l'ouvrier s'en foutait de Potin"¹². Dédain à vrai dire partagé : pour le capitalisme alimentaire, la classe ouvrière n'était pas encore un marché, et son pouvoir d'achat, trop faible et irrégulier, était jugé indigne d'être capté. La publicité des grandes marques ne lui était pas destinée. Encore eut-il fallu qu'elle "accroche". Or la clientèle populaire restait fidèle à ses modes de consommation : elle entendait garder le même contrôle direct que jadis sur le produit, et non se le faire imposer par voie d'affiche ou de catalogue ; elle continuait à réclamer du boutiquier crédit et petit détail. "On a eu des clients qui prenaient leur quart de sucre et leurs soixante grammes de café tous les jours." Autant de traits qui expliquent un phénomène somme toute très étonnant dans l'épicerie parisienne d'avant 1914 : l'absence de sociétés à succursales multiples, alors que dans le reste de la France les chaînes commerciales connaissent un développement remarquable et provoquent dans le métier de douloureuses saignées. La boutique "tenait" les quartiers à Paris : entre elle et le grand commerce se dessinait bien plus un partage des clientèles qu'une concurrence directe, et sa prospérité n'était jamais que la conséquence des clivages de classes. Tout concourt donc à faire de l'épicerie périphérique une réplique de la boutique traditionnelle, déplacée dans le temps et l'espace : les pionniers des années 1860 étaient les successeurs de la plèbe épicière des temps censitaires. Décapitée, la corporation ressuscitait en eux.

Les passagers de la boutique

Cette nouvelle génération petite-épicière, de quoi est-elle faite ? Parmi la documentation subsistante, il n'est de meilleure réponse que dans les dossiers de faillite. Le paradoxe de la démarche n'est qu'apparent : grâce au bon sens et à la connaissance préalable du métier, il est aisé de faire le départ dans l'information entre ce qui reflète la norme et ce qui relève de la situation d'échec. La source pêche plutôt par ses silences. Le syndic de la faillite, qui dirige la procédure, n'était ni un enquêteur ni un défenseur, il ne retenait de l'histoire de l'entreprise que les faits propres à éclairer la religion des créanciers. Les seules pièces se rapportant directement aux affaires, l'inventaire du fonds et la liste des créanciers, n'en sont qu'une image figée et déformée ; trop souvent encore cherche-t-on en vain dans le dossier l'origine du capital de départ. Ce sont les données biographiques qui font la vraie richesse de ces papiers : chacun d'eux nous restitue en quelques mots et dates la courbe d'un destin. D'essentielles lacunes nous interdisent une complète mise en situation du groupe dans la société globale, mais au moins peut-on assez précisément [122] reconstituer les modes de recrutement et les mécanismes de sélection à l'entrée dans ce petit patronat.

Toujours en faible nombre par rapport à la masse des boutiques, les dossiers de faillite ne constituent en rien une coupe dans le métier à une date donnée, comme le serait par exemple un relevé des héritages pour l'étude des fortunes, ni ne sauraient fonder une analyse conjoncturelle sérieuse, comme le permettrait l'observation du prix des fonds sur une longue période. Leur mise en valeur passe par l'étude synthétique d'un grand nombre de cas. Le choix des dates a été dicté par le propos : la petite boutique périphérique en phase d'expansion, le dépouillement, nécessairement long et minutieux, des dossiers ayant été limité aux années 1880-1895, soit 983 faillites¹³.

¹². Extrait d'un long et passionnant entretien (enregistré en juin 1978) avec René Robinot, qui fut commis épicier à Paris, avant 1914, notamment chez Potin, représentant de commerce, puis patron épicier à Belleville de 1922 à 1960. Figurent dans le texte quelques autres passages du même entretien.

¹³. APa, D11 U3. Le dépouillement des dossiers a été l'œuvre de Jacqueline Federici, rétribuée grâce à des crédits de vacation. Le travail a été mené en deux étapes : transcription des renseignements

L'épicerie faubourienne occupe naturellement dans ce contingent une place prépondérante. Le prix des fonds, déjà fort bas en moyenne (seuls quelques rares commerces comme les fruiteries ou les papeteries étaient pour moins), en témoigne. Soit pour 142 cas connus :

Moins de 5 000 F. :	21,1 %
De 5 000 à 10 000 F. :	26,8 %
De 10 000 à 20 000 F. :	28,6 %
De 20 000 F à 40 000 F. :	17,6 %
Plus de 40 000 F. :	6,3 %

Les auteurs d'un traité professionnel de l'époque¹⁴ estimaient à un minimum de 10 à 15 000 F le capital nécessaire pour l'acquisition d'une épicerie de quelque importance, où l'on puisse faire ses affaires sans "végéter". Ici, près d'un fonds sur deux avait coûté moins de 10 000 F. Les boutiques chères se rencontraient presque exclusivement dans le Paris central, à l'origine de grosses faillites qui illustrent bien la crise de l'épicerie traditionnelle : "concurrence de grandes maisons", "rabais consentis par des concurrents", écrit souvent le syndic à leur propos. La boutique du centre, grande ou petite, apparaît d'ailleurs sur-représentée dans les faillites : 34,3 % des procédures pour 30,8 % de l'effectif du métier en 1891. Cet écart, témoin d'une fragilité plus grande des entreprises, peut encore s'accroître selon les lieux (4e, 6e) ou les périodes. Ainsi pendant les années de crise commerciale, entre 1884 et 1887, la part du centre dans les procédures s'était élevée à 35,6 %. La petite boutique avait mieux résisté au marasme que la grande ; la crise conjoncturelle avait renforcé les effets des tendances structurelles. [123]

Mais il s'en faut de beaucoup pour que la totalité des faillis se laisse appréhender : en réalité, 613 faillites ont été closes pour insuffisance d'actif. Trois fois sur cinq, ce qui subsistait de la fortune du boutiquier était si maigre qu'il n'était pas besoin de déranger les créanciers... et les dossiers ne sont alors que des chemises vides. Ces épiciers versés à la fosse commune du commerce n'avaient pourtant pas en général de bien lourds passifs – à peine plus de 11 000 F en moyenne – mais toute leur richesse tenait entre les quatre murs de leur échoppe : quelques traites protestées, la dévalorisation du fonds consécutive à la faillite, suffisaient pour provoquer une disparition sans phrase. Il ne faudrait donc pas oublier que la partie émergée des faillites était composée des privilégiés du malheur.

Quels étaient les antécédents personnels de ces rescapés ? Sur 252 cas connus :

- Faillite lors du premier fonds d'épicerie :
 - commis épiciers : 120
 - salariés : 35
 - patrons du commerce : 8
- Faillite suivant un ou plusieurs fonds d'épicerie antérieurs :
 - commis épiciers : 48
 - autres : 41 [soit : salariés (9), patrons du commerce (13) et inconnus (19)]

L'apprentissage était la principale voie d'accès à l'entreprise, mais à côté de cet itinéraire classique, apparaissent d'autres filières : la boutique et le prolétariat. Issus

contenus dans le dossier sur une fiche-type, puis rassemblement de ces données dans un cadre uniforme établi par année. A vrai dire, il s'est avéré impossible de faire entrer nombre d'informations dans des cases préétablies : le recours à un cadre synthétique tend donc à appauvrir la qualité documentaire des dossiers. D'autre part, n'ont été réalisées qu'un petit nombre des corrélations possibles entre les colonnes – une trentaine – du cadre. Nous n'avons donc pas épuisé cette source qui exige pour un "rendement" maximum une méticuleuse analyse qualitative et un traitement statistique poussé.

¹⁴. Demonceaux et Savigny, *Comptabilité des épiciers*, Paris, Librairie comptable Pigier, s.d., p. 22.

des fruits, des fleurs, des grains ou de la boulange, quelques épiciers avaient déjà tâté du commerce de détail, mais le plus souvent en y accumulant les échecs ; l'épicerie n'était pour eux qu'une activité refuge, l'ultime chance d'éponger des dettes. En raison du bon marché de ses fonds, le métier était un peu la biffe du petit commerce et la crise n'avait fait sans doute que multiplier ces transferts. Les salariés représentaient une aire de recrutement plus large, bien que dans le lot figurent nombre d'anciens domestiques ou d'employés subalternes. Quand la boutique était le fruit du mariage avec une veuve, la faillite avait le plus souvent pour cause de lourds investissements faits par le mari, soucieux de développer l'affaire. Ambition en général bien mal placée : les épithètes de "mauvaise gestion" ou d' "incompétence" revenaient souvent sous la plume du syndic au sujet des boutiques montées par des salariés. C'étaient eux qui se laissaient le plus facilement étourdir par les promesses du vendeur et tromper sur la valeur du fonds. L'ouvrier était mal à l'aise face au monde du commerce : les connaissances qu'il requiert, relations et savoir-faire, lui étaient étrangères, et surtout "devenir son maître" en se faisant commerçant avait pour lui un tout autre sens que s'installer façonnier ou artisan : exploiter à son tour les camarades, renier sa classe.

Anciens du métier ou nouveaux venus, sur cinq épiciers, trois avaient un jour ou l'autre revêtu la serpillière du commis. L'épicerie était bien demeurée un métier ; certes, l'auto-fabrication, hormis la [124] torréfaction du café, semble en léger recul, mais rien n'était changé quant aux autres tâches personnelles du détaillant. Les commis, sur le tas, continuaient d'apprendre les multiples techniques et connaissances nécessaires au traitement du vrac et à l'organisation de la montre. "Y a du coltinage comme épicier, il n'y a pas qu'à servir madame." A présent, l'épicerie faubourienne était seule à perpétuer une telle qualification : "Le commis qui a été dans les petites maisons connaît les produits, celui qui n'a fait que du Potin connaît rien, il connaît que des paquets, c'est tout." Pour l'observation et la pratique, le garçon conquiert peu à peu la science empirique du rapport avec le public : l'adaptation de l'approvisionnement et des marges au type de clientèle, la part d'honnêteté nécessaire pour la conserver, la manière de recevoir les réclamations¹⁵ et de répondre, à chacun, aux questions posées sur tel produit nouveau. L'épicier digne de ce nom devait être capable de faire son étude de marché.

Cette promotion de l'intérieur du métier était en réalité le produit d'une sélection, car sur les 6 200 commis, au bas mot, travaillant à Paris en 1890, il n'y avait place dans le patronat que pour une étroite minorité. Cette main-d'oeuvre n'offre en rien l'image d'une génération préparant studieusement la relève, d'apprentis lentement formés dans une épicerie d'adoption, mais celle d'une masse de jeunes, pléthorique, constamment renouvelée de la province, roulant sans cesse de place en place, et surtout attirée dans le métier par la perspective du couchage et de la nourriture qui faisaient oublier les maigres appointements. En dureté, le travail n'avait rien à envier à l'industrie. Sous l'œil du maître – coulage oblige – les journées étaient sans coupure et les semaines sans autre temps libre que l'après-midi du dimanche, en hiver seulement avant 1905. Le comptoir n'était pas d'ailleurs une carrière pour les salariés : les commis mariés étaient mal vus, et déjà, avec la trentaine, trouver une place devenait problématique. Si le syndicalisme révolutionnaire dans les années 1900 a toujours si peu recruté dans l'épicerie, est-ce en raison d'une mentalité dominante de futurs petits patrons chez les commis, comme le voudrait le plus éculé des clichés en usage dans l'historiographie sociale ?

15. "Quand un client emmerdant vous rapporte une boîte de conserve [...] si on insiste, il reprend sa boîte et il mange avec cette idée qu'elle est pas bonne, ça va pas. Alors vaut mieux lui dire : 'Oui, madame, vous avez raison', et lui en refiler une autre, et après, on mange la boîte de conserve soi-même. On peut pas rendre ça au fabricant !"

Cet état était bien une activité transitoire, mais vécue par la majorité sans espoir de promotion, simple stage avant l'usine ou le bureau.

Des lors, quels sont les mécanismes sociaux par lesquels s'opère la sélection ? La connaissance du milieu d'extraction de nos faillis serait ici d'une grande aide, mais les dossiers, si prolixes au chapitre des antécédents individuels, sont quasi muets sur ce point fondamental. Les seuls éléments de réponse qu'ils contiennent sont dans les modes de financement de l'entreprise. [125]

Antécédents	Dot de la femme seule	Dot avec crédits	Héritage (ou dot homme au mariage)	Économies personnelles	Crédit seul	Économies plus crédits	Total
Salariés	3		1	5	1	2	12
Garçons commis	9	3	11	6	16	6	51
Anciens patrons épiciers	1		1	10	8	4	24
Total	13	3	13	21	25	12	87

Bien faible est le nombre d'exemples, on le voit, mais suffisant malgré tout pour juger du rapport entre situation d'origine et type de financement, famille, économies ou crédit. Chez les débutants, le capital personnel ne jouait un rôle déterminant que pour les salariés. Dans leur cas, le mariage précédait le plus souvent l'installation, en moyenne neuf années : l'épargne, cette valeur encore si peu praticable, et généralement repoussée des travailleurs, était un long chemin pour ces ménages calculateurs. La fréquence bien plus grande de Parisiens de naissance parmi eux et l'appartenance de la plupart à l'élite de la Fabrique ou de la mécanique soulignent encore le caractère exceptionnel de ces ascensions prolétaires. Restait la femme, veuve ou héritière, "marché" certes fort disputé mais où les salariés, semble-t-il, n'étaient pas les derniers à savoir se placer. Cette pression du milieu masculin explique une autre particularité de l'épicerie parisienne : la rareté des boutiques tenues par une épicière seule (11 % des fonds en 1901 ; 6 % des faillites), alors que dans le reste du pays le métier était presque en majorité aux mains des femmes (45,6%). Peut-on en conclure que chez les salariés, les élus étaient ceux qui acceptaient de faire passer dans leur vie la réussite avant toute chose ? On n'entrait pas sans sacrifices dans la petite bourgeoisie.

Le pécule réalisé par les commis au cours des années passées chez les patrons n'était que bien rarement suffisant pour s'installer. C'est la dot de la femme, accompagnée ou non d'un crédit qui fut, dans presque un quart des cas, à l'origine de la boutique et, à lui ajouter les héritages, cette proportion dépasserait 40 %. Mais distinguons précisément : l'accès au patronat soit par mariage avec l'héritière d'un fonds, soit par transmission directe, ne représente au total que neuf de ces vingt-deux exemples. Le nombre relativement petit de successions au père (six cas) n'a rien d'étonnant dans ce milieu où les provinciaux dominant largement (77 % des patrons faillis) mais il reste que les fonds ainsi transmis à un fils, tout comme ceux repris par un gendre, étaient, à une exception près, des commerces centraux, et d'une valeur toujours élevée, excédant [126] 30 000 F. La nature de la source ne sous-estimerait-elle pas l'importance de cette épicerie de lignage ? Nous avons déjà vu quels étaient les problèmes de l'épicerie centrale, mais n'importe ici, puisque l'objection ne saurait détruire cette remarque : la continuité ou la stabilité familiale ne se rencontrait qu'au niveau supérieur du commerce. Le mariage était bien un mode d'établissement courant chez les petits du métier, mais à titre purement financier : *la boutique faubourienne ne se reproduisait pas par lignages*. Et encore, pour l'ensemble des commis cette fois, est-il bien plus fréquent que mariage égale simplement association de

travail, ainsi que le démontre le cursus dominant chez eux : après huit ans de comptoir, à vingt-huit ans, on ouvre boutique en même temps qu'on se marie¹⁶. L'épicerie était affaire de couple et l'entente entre les époux une des principales conditions de la bonne marche du fonds, comme on peut le lire en négatif dans bien des dossiers de faillite.

Le mariage d'argent ne valait que pour une minorité chanceuse. Mais pour le reste ? Rien d'autre que la famille, ou, plus largement, la maille des amitiés et des parentèles, l'héritage et le crédit n'étant en réalité que les deux rameaux d'un même mode de financement : l'aide sous toutes ses formes apportée par le milieu d'origine. Le capital sortait directement de la famille, quand le fonds était payé par la dot déposée dans la corbeille du mari ou le produit des hypothèques sur les biens laissés par les parents. Lorsqu'il y avait crédit, les avances provenaient du coin natal de province, du pays d'origine où bien souvent était célébré le mariage : les réseaux familiaux, à l'évidence, jouaient là un rôle essentiel, mais le laconisme du syndic nous condamne à rester vague ; le lien exact avec ces "parents" ou les rapports entretenus avec ces "amis" qui, pour les Parisiens d'extraction, ouvraient leur bourse, ne nous sont pas mieux connus. Quoi qu'il en soit dans le détail de ces bailleurs de fonds, les commis qui s'installaient sans apport féminin étaient toujours des héritiers, au sens étroit ou au sens large. La géographie du lieu de naissance des faillis, centrée sur le Bassin parisien et les départements limitrophes, correspond à un flux migratoire où les jeunes montant à Paris avec quelques espérances ont toujours été nombreux – et de type très classique pour des patrons¹⁷. C'est la terre qui était la grande pourvoyeuse du capital boutiquier ; une certaine fortune paysanne, par l'intermédiaire des fils, était réinvestie dans le commerce urbain. N'est-ce pas l'époque du grand déclin de l'artisanat rural, si intimement lié à la culture, et qui libéra non seulement des bras pour l'usine, mais aussi des capitaux pour la ville ? Il faudrait pouvoir analyser de plus près ces modes coutumiers de financement de la petite entreprise, leur insertion dans l'évolution économique générale.

Leur maintien et leur solidité ont notamment épargné à la petite boutique la dépendance vis-à-vis des négociants en vin, cet écueil du métier, à vrai dire trop fortement souligné par Martin Saint-Léon¹⁸. [127] Assortis de l'obligation de se fournir aux magasins du bailleur, ces prêts, toujours élevés, n'intéressent qu'un très petit nombre d'entreprises dans les dossiers, et là encore parmi les plus importantes. Ces relations avec le commerce de gros (quasi exclusives de la fabrique : quelques listes de créanciers, soigneusement dépouillées, ne font apparaître que de très timides achats directs en usine, pour les conserves et les pâtes) restaient frappées au même coin d'utilité réciproque qu'autrefois : approvisionnement commode et facilités de paiement pour le détaillant, débouchés multiples et maîtrise des prix pour le négociant. Bien qu'exclus des marchés passés par la grande épicerie, les grossistes, grâce au développement de l'épicerie faubourienne, avaient gardé toute leur puissance.

Pour les aînés, tous ceux que la faillite surprit après un ou plusieurs commerces, un capital personnel, représenté naturellement par le produit des reventes, avait le plus souvent financé l'entreprise qui marqua leur chute. On touche là un des traits les plus saillants du métier, la mobilité. Avant de créer un commerce forain d'épicerie, les époux H... avaient tenu deux fruiteries, à Bagneux et rue Mazarine, et une boutique de vins rue de Clignancourt. De telles carrières menées

¹⁶. Dans 93 cas sur 135 connus, l'âge au premier commerce correspond à l'âge au moment du mariage.

¹⁷. Voir Louis Chevalier, *La formation de la population parisienne au XIXe siècle*, Paris, PUF, 1949, p. 173-185.

¹⁸. Etienne Martin Saint-Léon, *Le petit commerce français, sa lutte pour la vie*, Paris, Lecoffre, 1911, p. 43-44.

d'un fonds à l'autre, d'un quartier à l'autre, étaient le lot de presque tous, de ce commis de formation par exemple qui, à vingt-cinq ans, ouvre – grâce à la dot de sa femme – un fonds à Belleville : il le revend trois ans plus tard, avec 6 000 F de pertes, mais une petite boutique trouvée rue Geoffroy-l'Angevin marche mieux ; il la quitte au bout de quatre ans pour une épicerie plus conséquente, avenue de Saint-Ouen. Bien sûr, se rencontraient quelques exemples de vies tout entières conduites dans le même fonds. François F... loue en 1873 un terrain dans une de ces innombrables voies privées où se bâtissent alors les pires cités ouvrières, ici à La Villette. Il y construit une épicerie, bientôt complétée par un commerce de vins, la consécration viendra en 1882, avec l'ouverture d'un garni de 20 lits : très classique ascension de petit commerçant dans le monde des cités, où l'infime regrattier se transforme peu à peu en marchand de sommeil, en notable de quartier misérable.

Mais une telle stabilité était rare : après 1900, un fonds d'épicerie sur cinq à Paris changeait de titulaire tous les ans¹⁹... Situation en rien spécifique au métier : tout le petit commerce connaissait une semblable instabilité, il n'est, pour s'en convaincre, qu'à feuilleter les calepins du cadastre parisien ou à susciter d'autres témoignages²⁰. Une suite ininterrompue d'exploitations heureuses et de reventes à bénéfice, la réussite commerciale était à ce prix et en rien le produit d'un agrandissement ou la célébrité d'un nom et une enseigne. La fréquence des frais d'embellissement ou de transformation du fonds n'entraînait aucunement en contradiction avec ce type de carrière : la dépense une fois digérée – toujours difficilement, [128] car elle créait une soudure, fort périlleuse, entre l'épuisement du crédit et les premiers bénéfices – était une promesse de plus-value au moment de la revente. *La petite boutique ne constituait donc en aucune façon la base d'un patrimoine*, cela était (depuis toujours) réservé à la plus grande surface, et quel épicier de faubourg aurait pu sérieusement songer à venir dans le centre concurrencer les Potin, les Couté ou les Luce ? De la même façon que le capital nécessaire au développement de la petite épicerie venait d'ailleurs, les bénéfices qu'elle procurait servaient à doter des fils et des filles promis à d'autres horizons sociaux. Le petit commerce, catégorie économique solide, enté sur des modes de consommation bien établis, mais catégorie sociale de passage, instable et anonyme. L'observation de la réalité nous conduit à l'exact opposé du discours idéologique mis au point à l'époque même par la grande bourgeoisie, cette bonne fée des "classes moyennes" au berceau.

Chemin faisant, l'épicerie parisienne du 19^e siècle nous a conduit à bien des problèmes. On conviendra et de la modestie des résultats et du danger qu'il y aurait à généraliser à partir d'eux seuls ; le but était essentiellement de tenter d'élaborer par l'exemple une problématique commune aux métiers du commerce de détail, de proposer une démarche analytique.

Le commerce de détail dans ses rapports avec les modes sociaux de consommation, d'abord. Commerce de détail en son entier : négliger l'opposition de la grande surface, c'est, à coup sûr, ne rien comprendre à l'évolution des métiers. Dans l'épicerie, on l'a vu, entre grandes et petites boutiques s'était progressivement opéré un partage de l'espace et des clientèles, au détriment de l'épicerie traditionnelle du centre ; les contrastes dans les pouvoirs d'achat et dans les habitudes et les attitudes devant le vendeur et la marchandise ont fondé cet état de non-concurrence. Il est banal aujourd'hui de parler de révolutions dans la distribution, entraînées par

¹⁹D'après *l'Annuaire statistique de la Ville de Paris*, tableau du produit des taxes de remplacement de l'octroi.

²⁰. Mme Auger, bouchère à la Maison-Blanche (13^e arrondissement) : "Les gens dans ce temps là n'aimaient pas un commerçant qui restait très longtemps, le client se fatiguait de voir la même personne. C'était connu qu'il valait mieux vendre un fonds au bout de cinq-six ans [...] On voyait pas un commerçant qui restait quarante ans dans la même place."(entretien d'août 1978).

le modelage autoritaire des villes et les nouveaux modes imposés à la consommation sociale : l'archéologie de la vente reste à faire.

Les modes de formation et de sélection de la catégorie patronale du métier, ensuite. Prenons garde là encore à ne pas oublier que la boutique était lieu de travail salarié, et le renouvellement des cadres du métier affaire tout autant de sélection que de promotion. Analogie profonde avec les métiers de la production, en rien fortuite puisque la part de transformation est restée longtemps essentielle dans le travail boutiquier. Comment devient-on patron ? Bonne question ; comment ne devient-on pas patron ? Question meilleure. Autrement dit, quelles sont les modalités de la sélection par l'argent ? Constaté la non pénétration des formes capitalistes de crédit ne suffit pas, il faut découvrir et mettre en valeur les réseaux traditionnels, coutumiers de financement : famille restreinte et large, amitiés et relations, communautés provinciales et ethniques. Si le petit patronat du commerce est bien réellement longtemps resté un secteur [129] autonome, "archaïque" diraient certains, il doit ce privilège sans doute moins au mépris du capital bancaire et marchand pour sa clientèle qu'à la vitalité de ses circuits parallèles de crédit.

Enfin, le petit commerce en tant que lieu de reproduction sociale, thème intimement lié au précédent, et qui pose la question de l'hérédité familiale et de la mobilité sociale dans le milieu boutiquier. Sur ce point, deux hypothèses opposées, deux représentations extrêmes : d'une part, la mainmise d'un ensemble précis de lignages sur le métier, avec transmission directe des fonds et politique contrôlée d'alliances matrimoniales – le commerce, milieu clos, chasse gardée – ; d'autre part, le renouvellement permanent des cadres patronaux, sans continuité familiale, par des individus placés au débouché des réseaux préétablis de financement – le commerce, milieu ouvert, zone franche. Ainsi l'épicerie parisienne du siècle dernier a toujours participé de ces deux modèles : étroite frange de grosses affaires, dont le contrôle, à la faveur des mutations commerciales, passa de quelques grandes familles à un grand capital sociétaire ; étendue considérable de petits fonds ou, par le soin des fils gagnés à la ville, vint se déverser le contenu d'innombrables bas de laine. Mais on n'achetait pas une boutique comme on achetait une terre : les générations successives de petits épiciers ont toujours été faites de familles en devenir, jamais enracinées. [130]