

**UNE EXPÉRIENCE DE RECHERCHE EUROPÉENNE :
LE PROJET « NÉGOCE ET CULTURE »
(FLORENCE, 1987-1989)**

Depuis moins de quinze années, une expérience universitaire européenne est en cours dans les collines de Fiesole. L'Institut universitaire européen, établi à Florence comme pour compenser vers le sud les grosses concentrations administratives de Bruxelles, de Luxembourg et de Strasbourg et grâce à la générosité du gouvernement italien, jamais démentie, a pour mission « de contribuer par son action et son rayonnement au développement du patrimoine culturel et scientifique de l'Europe, considéré dans son unité et sa diversité ». Quatre-vingt-dix chercheurs par an, boursiers des pays membres, recrutés pour trois ans, une trentaine de boursiers Jean Monnet, accueillis pour une année seulement, une quarantaine de professeurs réunis dans quatre départements (Droit, Sciences politiques, Économie, Histoire et Civilisation) et deux centres de recherche spécialisés bénéficient les uns et les autres de conditions d'accueil et de travail rarement égalées sur le Vieux Continent. Les archives historiques de la Communauté européenne y sont installées, regroupant tous les documents accessibles concernant la C.E.C.A. et la préparation des traités de Rome, ainsi que les archives de personnalités européennes qui les y ont déposées. La bibliothèque, qui compte déjà 500 000 volumes et s'accroît tous les ans de 10 000 ouvrages, est informatisée ; elle offre à ses lecteurs une collection importante de microfiches et de microfilms, dont la Goldsmith-Kress Library (50 000 volumes avant 1850), et l'ensemble des publications officielles du Royaume-Uni, quelque 3 000 revues et périodiques. Bref, à Florence, on peut travailler, on doit travailler.

L'un des moyens les plus efficaces mis à la disposition des enseignants et des chercheurs est la capacité de déposer des projets de recherche que finance le Conseil scientifique de l'Institut pour une ou plusieurs années. C'est dans ce contexte et pour présenter un exemple de la manière dont peut se comprendre une recherche historique conçue et menée à l'échelle de l'Europe qu'a été présenté et conduit de 1987 à 1989 le projet « Négoce et culture européenne », par Franco Angiolini et moi-même. Il vise à saisir l'originalité des pratiques culturelles du monde négociant de l'Europe moderne, à analyser le rôle des négociants dans la cité et l'espace, à comprendre les représentations du négoce dans l'imaginaire culturel des pays intéressés. La difficulté de mise en place et de réalisation d'un tel projet n'échappera pas. Il se heurte principalement à la diversité des cultures historiques et des traditions historiographiques de chaque

pays. « Too French » pour les Britanniques, il reçoit un bon accueil des spécialistes de la culture en France, de l'économie en Allemagne, de la société en Italie, en Espagne et au Portugal. La dispersion des intérêts, un état variable des travaux modélisables pour chaque pays, la variété et la discontinuité de la documentation selon les états imposent toutefois des choix de travail en commun et des modes de relations ou des fonctionnements spécifiques. L'idée principale a été d'organiser le réseau des universitaires intéressés en utilisant les relais des grandes institutions, E.H.E.S.S., Max Planck Institut, C.N.R., et de quelques grandes universités, Bielefeld, Paderborn, Pise, Paris, Barcelone, de mobiliser régulièrement, pendant deux années, les correspondants dans des séances de travail et des séminaires et, enfin, de concrétiser les résultats des discussions partielles dans deux colloques.

Le projet se proposait, à travers le survol de l'Europe pré-industrielle, de mettre en valeur les traits unifiés et les clivages qui rassemblent et divisent les savoirs, les actions, les relations des mondes négociants. L'originalité des pratiques culturelles marchandes fournissait le premier axe d'interrogation. En privilégiant quelques sites, on pouvait espérer comprendre comment se faisait l'acquisition des manières d'agir et d'être du milieu, de quel type de moyens et d'objets culturels l'on disposait dans le groupe, quel bagage culturel pratique et théorique correspondait aux activités. Le projet pouvait collaborer avec l'enquête sur les *manuels de commerce* des XVI^e et XVII^e-XVIII^e siècles, en français, anglais, italien, allemand. Le questionnaire élaboré permettait d'affiner la connaissance de l'outillage mental et son évolution : niveau des connaissances en matière de calcul, géographie, langues, capacité d'analyse des opérations économiques, conceptions sociales. Ainsi le négociant pouvait retrouver sa place dans une étude de la société européenne et, plus particulièrement, des sociétés urbaines.

Sa place dans le corps social mais aussi son rôle politique et juridique, sa place dans la vie intellectuelle et les institutions de sociabilité se voyaient placer sous un éclairage comparatif et chronologique large. Les interférences entre les stéréotypes sociaux et les rôles sociaux, les différences de pratiques religieuses, le cheminement des valeurs justificatives sociales ou politiques pouvaient être mieux compris par l'étude comparée. Deux colloques, l'un consacré à « L'éducation négociante », l'autre à « L'espace négociant », ont rassemblé les questionnements. Un troisième est prévu pour 1991 en liaison avec l'Université de Paderborn : « Négoce et religion ».

Le premier colloque a mis en valeur l'importance de la formation *sur le tas*, et les modes de qualification des savoirs pratiques qu'on acquiert au comptoir, dans les voyages et la correspondance, en même temps qu'il permettait d'entrevoir l'acquisition des modèles culturels différents, juridiques, humanistes ou éclairés dans le passage des fils du négoce à l'école marchande, au collège, à l'université. L'éducation marchande originale par rapport à d'autres, nobiliaire et officière, artisanale et populaire, suit en quelque sorte le même mouvement général par lequel l'intégration professionnelle et sociale se gagne de plus en plus à l'école, mais avec des impératifs spécifiques : l'enseignement pratique des mathématiques, des langues, de la géographie. L'Europe protestante et l'Europe catholique, tout en montrant des oppositions connues, et dont Max Weber a joué, connaissent

cependant une évolution comparable où se lit, en partie, le destin des entrepreneurs de l'âge industriel.

On a pu retrouver ces divergences et ces rencontres lors du second colloque consacré à l'Espace. Au départ, il s'agissait de comprendre l'espace moins comme l'horizon où se déploie l'activité économique marchande, celui de la géographie des places, des routes, du flux de circulation, que d'y voir un moyen où se construit également la spécificité culturelle des négociants. L'analyse des espaces pensés et représentés, vécus et organisés par des conduites, construits et objectivement structurés par des aménagements, des équipements, des programmes architecturaux ou urbanistiques. Autrement dit, on peut voir comment un espace urbain, pour l'essentiel, a été quelquefois conçu et le plus souvent aménagé peu à peu pour les besoins du commerce, et correspond, face à d'autres milieux, à une manière de maîtriser une fonctionnalité, ainsi de répondre à des besoins, à une adaptabilité économique et sociale. L'habitat marchand, *l'espace privé*, avec ses formes d'organisation et ses consommations, participe pleinement de cette mise en place dans les ports, dans les capitales négociantes de l'Europe, d'une différenciation des localisations d'activités et de modes de vie, d'une mercantilisation spatiale également, quand, par une organisation plus systématique, rationalisée à travers projets et réalisations, l'étendue urbaine devient un outil de commerce. Souvent encore, le marchand concourt à la construction physique de *l'Espace public* où, entre loisirs et cultures, se définissent de nouveaux rapports sociaux et politiques.

L'enquête, qui n'était possible que dans des conditions exceptionnelles de travail, a permis de mettre en valeur la richesse accessible par un travail communautaire. Elle souligne la diversité extrême des réponses qui sont directement liées à des évolutions historiques longues. La culture du négoce s'élabore partout selon des modèles originaux : Gênes et Amsterdam, Londres et Hambourg, Barcelone, Lisbonne, Rouen, Bordeaux, Paris, Francfort, Lyon. Ils ont leurs aspects particuliers et ont su, à un moment ou à un autre, intégrer des éléments communs. Le commerce des choses et celui des idées, la circulation et l'échange retrouvent ainsi leur parenté et c'est une autre manière de penser l'Europe d'autrefois, celle d'aujourd'hui aussi.

Daniel ROCHE,
Université Paris-I,
Institut d'histoire moderne et contemporaine.