

---

Jean-Pierre Daviet

## Mémoires de l'entreprise française du XIX<sup>e</sup> siècle

---

### Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

**revues.org**

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

---

### Référence électronique

Jean-Pierre Daviet, « Mémoires de l'entreprise française du XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'histoire du XIX<sup>e</sup> siècle* [En ligne], 23 | 2001, mis en ligne le 04 mars 2008, Consulté le 04 février 2012. URL : <http://rh19.revues.org/index313.html> ; DOI : 10.4000/rh19.313

Éditeur : Société d'histoire de la révolution de 1848

<http://rh19.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://rh19.revues.org/index313.html>

Document généré automatiquement le 04 février 2012. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

Tous droits réservés

Jean-Pierre Daviet

## Mémoires de l'entreprise française du XIX<sup>e</sup> siècle

Pagination de l'édition papier : p. 105-119

- 1 Les entreprises jouent un rôle essentiel dans la croissance de la société industrielle du XIX<sup>e</sup> siècle. L'historiographie leur a consacré de nombreux travaux <sup>1</sup>, mais le chantier reste largement ouvert, d'une part parce que toutes les archives n'ont pas été utilisées, notamment certaines archives privées, d'autre part parce que les problématiques invitent à poser de nouvelles questions aux sources, souvent en tenant compte d'interrogations et de concepts élaborés pour l'économie d'aujourd'hui (sciences économiques, sciences de la gestion, sociologie). D'une façon générale, on a tendance, davantage que naguère, à privilégier le qualitatif par rapport au quantitatif, les faits humains par rapport aux mécanismes économiques, et à rechercher des dynamismes moins linéaires, moins simples que dans l'histoire classique du capitalisme <sup>2</sup>.
- 2 Les problèmes de méthode ne peuvent être résumés ici, hormis quelques indispensables rappels. Il existe un domaine de l'histoire des entreprises, au sujet duquel il convient de rappeler pour la France les travaux de pères fondateurs comme Pierre Léon, Jean Bouvier, Bertrand Gille, François Crouzet, François Caron, Maurice Lévy-Leboyer, Louis Bergeron. Une école française s'est donc développée, surtout depuis une trentaine d'années. Les principales revues spécialisées d'aujourd'hui sont *Entreprises et Histoire*, *Le Mouvement social*, *Histoire, économie et société*, *l'Archéologie industrielle en France*, mais on trouve aussi des informations dans un grand nombre de revues à vocation plus large, nationales (*Revue historique*, *Annales*, *Histoire, sciences sociales*, *Revue d'histoire moderne et contemporaine*) ou régionales (*Revue du Nord*, *Annales de Normandie*...). Grâce à ces revues, on peut suivre la production historiographique, sans négliger le travail de recension de la *Bibliographie annuelle de l'histoire de France*. En résumant beaucoup, on peut dire que cette histoire procède tantôt par monographie consacrée à une entreprise, tantôt par étude plus générale à perspective thématique, les deux approches étant plus complémentaires qu'opposées. L'apport de l'histoire sociale, notamment sous l'inspiration d'Yves Lequin et Michèle Perrot, n'est pas non plus à négliger.
- 3 Des associations ou des organismes soutiennent à des titres divers une telle histoire, notamment en histoire de l'électricité <sup>3</sup>, en histoire des chemins de fer <sup>4</sup>, en histoire des banques <sup>5</sup>, et, plus généralement, le Comité pour l'histoire économique et financière (ministère de l'Économie et des finances). Par ailleurs certaines entreprises toujours en activité encouragent l'étude de leurs racines au XIX<sup>e</sup> siècle, par exemple tout dernièrement Moët et Chandon <sup>6</sup>.
- 4 Aborder le sujet nécessite qu'on introduise un principe de périodisation dégagé par l'histoire économique <sup>7</sup>. Le plus simple est de distinguer une période de première vague de croissance, issue de ce qu'on peut appeler la révolution industrielle, un grand nombre de créations d'entreprises prenant place au début des années 1820, puis au cours des années 1830, ensuite une période de relative accélération au milieu du siècle, qui est un peu une apothéose, accompagnée de l'unification du marché national, enfin une période dite souvent de seconde industrialisation qui se dessine à partir des années 1880, avec l'apparition d'une économie électrique, mais ne triomphe vraiment qu'à partir de la seconde moitié des années 1890. Il ne faudrait pas pour autant imaginer que toutes les entreprises suivent un chemin obligatoire, et, au cours de chaque période, des formes très différentes ont coexisté.
- 5 Pour embrasser du regard ce champ très vaste, on peut distinguer trois dimensions : l'entrepreneur, l'entreprise comme forme d'organisation, et enfin sa place dans la société. L'entrepreneur vient avant l'entreprise : le mot d'entreprise garde longtemps son sens d'action d'entreprendre, ou d'établissement industriel et commercial, sans qu'on en fasse un concept générique d'organisation. On parle plus communément au XIX<sup>e</sup> siècle de fabrique,

manufacture, banque, maison de commerce, société ou compagnie, qui sont des termes lestés de concret. L'entreprise est perçue à travers la personnalité de celui qui paraît aux commandes comme un chef. Il est vrai néanmoins qu'on tend peu à peu à l'assimiler à un organisme vivant, où des fonctions spécialisées sont à distinguer pour expliquer l'harmonie d'ensemble. Et puis la question de son insertion dans un monde social plus large, où se confrontent différentes logiques sociales, est sujet de controverses des contemporains avant de devenir thème de réflexion des historiens.

## L'âge d'or de l'entrepreneur

- 6 Jean Favier définit l'entrepreneur médiéval comme l'homme des horizons <sup>8</sup>, horizon géographique du vaste espace des affaires, horizon temporel des anticipations, horizon mental du calcul et des stratégies par delà les routines du quotidien. Il a tendance à opposer la figure du négociant, un peu armateur, un peu banquier, un peu industriel, à celle de l'artisan, mais il est clair que leurs destins s'entremêlent, et cette interaction ne vaut pas que pour le Moyen Âge : elle se prolonge par certains côtés au moins jusqu'en 1914. D'abord parce que la majorité de la production industrielle du XIX<sup>e</sup> siècle s'effectue dans des petites entreprises dont le style se rapproche beaucoup de l'artisanat, ensuite parce que la protoindustrie reste longtemps vivace <sup>9</sup>. Par protoindustrie, on entend tantôt un travail dispersé à domicile, tantôt des formes élémentaires d'agglomération de la main d'œuvre surtout en pays de forêt, dans des industries dites à feu (forges, verreries, ateliers céramiques) où le travail était intermittent (arrêts pour réparer les fours, irrégularité du débit des cours d'eau par exemple). Cette protoindustrie est très diverse, le point commun étant que le rôle des acteurs est réglé par un grand nombre de contrats, le plus souvent tacites, et que la vie domestique se sépare peu de la vie professionnelle. Il ne faut peut-être pas trop durcir l'opposition entre un monde des entreprises qui serait « ancien » et un monde « nouveau ». Il y a eu des complémentarités, et des interférences nombreuses. Les travaux sur la protoindustrialisation ont été très importants depuis une trentaine d'années, et ils concluent généralement à la bonne adaptation de ce monde de la production au modèle de croissance, en réhabilitant un peu le « petit » contre le « grand », contrairement à ce qu'on enseignait au cours des années 1950 et 1960.
- 7 L'entrepreneur du XIX<sup>e</sup> siècle est un homme seul, ou associé à un autre individu, mais il ne se confond jamais avec un état-major, une véritable équipe de direction, certains comptables lui conseillant même de garder secrets certains éléments de ses comptes et donc de ses bénéfices. Et il est vrai que sa vie personnelle et familiale est souvent indissociable de celle de l'entreprise. Exercice peut-être solitaire du pouvoir, mais serait-il possible de définir les contours d'un type d'élites ? Il faudrait combiner l'approche d'un rôle dirigeant dans l'économie avec l'approche sociologique d'un certain prestige social : on arriverait peut-être à 100 000 entrepreneurs dans la France de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, dont seulement 5 000 vraiment très fortunés. Les entrepreneurs ne forment que 10 ou 20 % de ce qu'on appelle bourgeoisie, attendu qu'il faut éviter de confondre les deux notions. La bourgeoisie n'est pas majoritairement formée d'entrepreneurs, et les entrepreneurs ne se sentent pas forcément toujours à l'aise dans le monde bourgeois, même si les élites cherchent à rapprocher le capital matériel du capital intellectuel : un bon exemple est celui des parents d'André Gide, la mère étant issue d'une dynastie cotonnière de Rouen, le père étant un professeur de droit né dans une famille protestante du Midi, cultivée, mais de fortune modeste.
- 8 La société bourgeoise a-t-elle suscité suffisamment d'entrepreneurs ou a-t-elle refoulé l'esprit d'entreprise ? On parle parfois d'un « retard français », d'un manque d'initiative, que déploraient déjà les saint-simoniens (enseignement trop classique). Le débat semble aujourd'hui assez idéologique, parce que le taux de croissance français est en très longue durée tout à fait comparable à celui d'autres pays européens et qu'il s'est manifesté autant d'esprits créatifs qu'ailleurs, en des genres très divers. La meilleure voie historiographique est de continuer à rendre compte de cette riche pluralité, sans doute pas en cherchant une homogénéité, mais en établissant des typologies pertinentes. Il serait intéressant d'étudier par les méthodes de la prosopographie les particularités sociales de ces hommes : origines, formation, mariage, itinéraires professionnels, vie de famille, vie sociale (être conseiller

municipal, maire, conseiller général, parlementaire, être décoré ou distingué dans la cité, notamment comme philanthrope, amateur d'art, membre d'une société savante, d'un cercle mondain ou culturel). Malgré quelques réalisations de qualité <sup>10</sup>, nous manquons de dictionnaires des hommes d'affaires, et il ne semble pas que les travaux en cours avancent rapidement.

9 Mais nous en savons assez pour dresser des regroupements de données. Comme figure, l'entrepreneur présente des traits à la fois psychologiques et sociaux <sup>11</sup>. Il est l'homme de l'innovation et du risque, il s'oppose souvent à son milieu : on dit qu'il a du caractère. Sa réussite peut prendre plusieurs formes : héritier, homme parti de rien sans beaucoup d'instruction, ingénieur sans capital au départ. Mais, quand il est « fils de ses œuvres », il cherche aussi à fonder une dynastie <sup>12</sup>. Dans tous les cas, la conception de la vie est familiale : on fait appel à des frères ou à des sœurs, au cousinage ; les alliances matrimoniales sont stratégiques, soit que le gendre soit choisi comme un continuateur, soit qu'elles servent à un rapprochement entre deux dynasties d'affaires, soit encore qu'un lien avec la vieille aristocratie contribue au prestige de la marque ou du produit, par exemple dans le vin de Champagne. Par delà la famille, le réseau des amitiés et des relations personnelles joue un rôle essentiel, par exemple avec d'anciens condisciples d'école, ou entre un industriel et un banquier,

10 Un problème très important est la relation au capital. L'entrepreneur du début du XIX<sup>e</sup> siècle est rarement un entrepreneur salarié : on considère qu'on ne peut gérer convenablement le risque que si on assume une partie du risque à titre personnel, donc que si on détient du capital. Plusieurs cas de figure peuvent se présenter. Ou bien on détient déjà une fortune <sup>13</sup>, ou bien, si la position à l'origine est celle d'un salarié, on rachète du capital, comme l'illustre le cas de Camille Cavallier à Pont-à-Mousson <sup>14</sup>, ou bien se déploie une ascension progressive au cours de laquelle une grande partie des bénéfices n'est pas distribuée, avec le souci de rester maître à bord. Lorsque des entrepreneurs réussissent, l'accumulation des fortunes peut être assez rapide, à condition que les bénéfices soient constamment réinvestis : ainsi le négociant de vin Jean-Rémi Moët, parti d'assez peu en 1792, a-t-il vu sa fortune croître de 6,2 % par an au cours des années 1820, pour atteindre environ deux millions de francs en 1830 (cela signifie une multiplication par 1,8 en dix ans).

11 La propension à fonder une entreprise est aussi élevée en France que dans d'autres pays, comme l'illustre le grand nombre de nouvelles affaires nées au temps d'une innovation majeure : pour fabriquer des machines à vapeur (une douzaine de constructeurs entre 1830 et 1840), du matériel électrique (une centaine de constructeurs dans les années 1880), des automobiles (une centaine encore dans les 1890), des avions (toujours une centaine dans les années 1900). Mais une sélection s'opère, de telle sorte qu'une minorité se développe dans la durée. On formait à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle entre 4 000 et 5 000 sociétés de toutes natures par an, mais une partie d'entre elles pouvaient n'être que la transformation juridique d'affaires déjà existantes. Créer une affaire, la voir disparaître, soit par dissolution volontaire, soit par cessation au moment d'un décès, soit par faillite : tel est l'objet de ce qu'on appelle la démographie des entreprises <sup>15</sup>. Il existe certainement quelques milliers de créations et de disparitions chaque année, qui peuvent donner lieu à une étude statistique. C'est un contrepoint à l'étude monographique des entreprises en longue durée, car on étudie plutôt des entreprises qui ont réussi, et on risquerait d'oublier que certaines ont été éphémères, que des hommes ont perdu de l'argent presque autant que d'autres en ont gagné. C'est aussi le moyen de soupeser l'effet des cycles et des crises économiques.

12 Transmettre, c'est le souci dynastique <sup>16</sup> : donner une éducation au fils dont on aimerait faire un chef, par exemple en l'envoyant à l'étranger, choisir un gendre, conclure une sorte de pacte de famille pour éviter des querelles entre plusieurs branches de descendants, dont certains sont plutôt des actionnaires percevant des dividendes, d'autres plutôt des gestionnaires, avec des intérêts qui peuvent diverger. Mais les historiens ont remarqué des différences de comportements. Ainsi en Alsace et plus généralement dans la partie orientale du pays, un grand nombre de générations peuvent-elles se succéder, comme chez Dietrich <sup>17</sup>, avec des sentiments de fidélité, et une fortune investie surtout dans l'entreprise, alors qu'à Rouen on atteint très

difficilement le seuil des trois générations, les bourgeois étant attirés par une sorte de tropisme aristocratique (achat de châteaux, manoirs et fermes).

- 13 Les réussites sont souvent dues à une convergence entre des caractéristiques familiales et des politiques de produits, ce qui amène à énumérer quelques secteurs d'activité<sup>18</sup>. Les mines et la métallurgie lourde reçoivent une tradition aristocratique de grands propriétaires, illustrée par la famille de Solages à Carmaux, mais qui doit vite composer avec le besoin de nouveaux capitaux (Anzin). La mine a besoin d'ingénieurs et de financiers, la sidérurgie davantage de techniciens et de commerçants aptes à percevoir les besoins du marché<sup>19</sup>. Dans le textile, la familiarité avec le produit est plus intime pour la soie et la laine<sup>20</sup> que pour le coton<sup>21</sup>, fibre plus conforme à la norme de fabrication en série. Dans tous les cas, la tradition de la protoindustrialisation et du négoce marque particulièrement le textile. Pendant une bonne partie du siècle, le verre à bouteille et le verre à vitre ont suscité la vocation d'entrepreneurs d'origine modeste, qui aimaient se faire appeler « maîtres de verreries », mais la concentration a été assez nette à partir des années 1870-1880, en raison de facteurs techniques (fusion du verre dans un four à bassin chauffé par un gaz de charbon, formalisation de connaissances scientifiques et techniques perçue comme dépossession des vieux savoirs). La métallurgie différenciée et la construction mécanique ont favorisé les petits inventeurs comme Denis Poulot (meules spéciales pour les fabrications métalliques). La chimie est l'un des rares secteurs du début du XIX<sup>e</sup> siècle où le savant intervient de façon décisive, comme Frédéric Kuhlmann, ou encore Gay-Lussac à Saint-Gobain. Les chemins de fer illustrent une grande rupture<sup>22</sup> à cause de l'énormité des capitaux en jeu (200 millions de francs pour le Paris-Lyon en 1846), de l'intervention des ingénieurs, et de la complexité administrative (plusieurs services dotés d'une relative autonomie : exploitation commerciale, matériel, traction, entretien et surveillance de la voie...). Les grands magasins frappent aussi les esprits, avec Aristide Boucicaut au Bon Marché<sup>23</sup>, Ernest Cognacq à la Samaritaine, Xavier Ruel au Bazar de l'Hôtel de Ville (ancien colporteur qui avait vendu des lacets dans les rues de Paris). On ne peut oublier les hommes de la presse (Émile de Girardin, Polydore Millaud, Jean Dupuy), de l'édition<sup>24</sup>, avec Arthème Fayard, Louis Hachette, Alexandre Hatier, Jules Hetzel, Michel Lévy, Henri Plon, de la haute couture (Charles Frédéric Worth, Jacques Doucet, Paul Poiret), du luxe, avec Charles Christofle<sup>25</sup>. Mais le grand public de l'époque appréciaient probablement ceux qui symbolisaient les objets de la maison (fourneaux Godin de Guise par exemple, entreprises de faïence de Quimper, cristallerie et gobeletterie), l'alimentation, par exemple avec le chocolat Menier<sup>26</sup>, les encres et plumes, les cirages, pommades et parfums.
- 14 Il ne faudrait pas négliger, avec l'économie sociale au sens large<sup>27</sup>, le grand rêve de voir naître une entreprise « autre » qui éviterait les inconvénients du capitalisme : de nombreuses coopératives de consommation (la Fédération française date de 1912), des entreprises comme le Familistère de Guise, la Verrerie ouvrière d'Albi et les coopératives de production (450 en 1914, notamment dans le bâtiment et l'imprimerie), les banques populaires, des assurances mutuelles, et même, dans une certaine mesure, les caisses d'épargne, fondées il est vrai par de grands bourgeois et des notables, mais se référant à un idéal philanthropique. On y rencontrerait des figures d'anti-entrepreneurs, tels que les rêvait Zola dans son roman *Travail*, publié en 1901 (cycle des *Quatre Évangiles*).

## Émergence et affirmation de l'entreprise

- 15 Il n'y a pas toujours parfaite identification entre entrepreneur et entreprise<sup>28</sup>. À Marseille par exemple, un homme d'affaires, souvent un peu banquier, un peu industriel, lance un type d'entreprise industrielle, puis passe à autre chose (par exemple des tuileries aux huileries) lorsqu'un nouveau cycle de produit correspond à la prospérité du négoce<sup>29</sup>. En ce sens, l'entrepreneur se trouve en quelque sorte en surplomb de l'entreprise, selon une expression qu'aimait Fernand Braudel. En un autre sens, l'entreprise ne peut se réduire à un homme, et elle est plus que l'entrepreneur : elle est à nos yeux une organisation, dans laquelle des acteurs se répartissent des rôles, avec des règles, des procédures plus ou moins bureaucratiques, et concourent à un objectif, qui est de produire en gagnant de l'argent sur des marchés

pour que l'organisme puisse survivre dans la durée en rétribuant les facteurs de production et en investissant. Mais elle n'a pas toujours été une organisation, et, à cet égard, le XIX<sup>e</sup> siècle est sans doute une période capitale : car il est vrai que le négociant-fabricant de la protoindustrialisation est plus à la tête d'un réseau que d'une organisation dans le sens que la sociologie donne à ce concept. L'organisation s'affirme avec la grande entreprise comme le sont par exemple Saint-Gobain, quelques grosses compagnies métallurgiques, les compagnies minières, les chemins de fer, les grands magasins, les banques de dépôt, les assurances. L'un des enjeux de l'histoire des entreprises est d'apprécier cette montée sinueuse et inégale de l'organisation au XIX<sup>e</sup> siècle, qu'illustre à sa manière la maison de champagne Moët et Chandon (on passe d'une vingtaine de personnes à plus de 2 000 en un siècle).

16 Le premier problème est financier, puisqu'il faut lever des fonds, trouver des actionnaires, et s'accommoder d'une façon ou d'une autre du pouvoir de l'actionnaire. En dehors du cas de croissance continue par autofinancement dans le cadre d'une dynastie familiale ou d'un petit réseau stable de personnes qui se connaissent, se trouve posée la question d'un marché financier, où on place des actions et des obligations auprès d'un grand nombre d'épargnants (environ 10 % de la population vers 1913). Il faut ici mettre en parallèle plusieurs séries de faits : le passage à l'action de 500 francs au moment du lancement des chemins de fer, la multiplication de la société anonyme (il s'en forme une dizaine par an vers 1850, 600 par an vers 1900), le rôle des banques de dépôt (6 000 guichets en 1913) pour gérer une épargne dite institutionnelle (600 millions de francs levés chaque année pour les seules valeurs françaises vers 1900), le passage à une épargne plus mobilière qu'immobilière (la composante mobilière l'emporte sur la composante immobilière dans le patrimoine des ménages vers 1890). Les sociétés dites de la seconde industrialisation, comme la Compagnie générale d'électricité de Pierre Azaria ou Thomson-Houston, ne pourraient exister sans cette assise et l'aide des banques dans ce qu'on pourrait appeler une ingénierie financière, mais des sociétés plus traditionnelles sont effrayées par les changements que cela pourrait entraîner dans des assemblées générales moins contrôlables (ou contrôlées par les banques, qui détiennent des procurations de leurs clients). Des lois de 1902 et 1903 créent d'ailleurs des actions de préférence pour protéger des noyaux durs d'actionnaires.

17 Pour faire vivre une organisation de ce type, il faut une autorité dirigeante. Analyser cet aspect revient à examiner le rôle de l'entrepreneur au milieu de ceux qui l'entourent dans un type d'exercice du pouvoir. Même si cela reste souvent implicite, les contemporains se réfèrent à une légitimité, à des principes de référence. Dans bien des cas, on pense que dans la tradition à l'intérieur d'une famille se réunissent le capital, une compétence transmise d'homme à homme, une proximité vécue avec un produit et son marché, ce qui est source de crédibilité. Mais il faut introduire des nuances et des variantes : la situation est différente pour le créateur, demiurge plus charismatique, comparable au général qui a remporté des victoires, et qui n'a pas besoin de l'appui d'une tradition. La compétence garantie par le diplôme progresse peu à peu au fur et à mesure qu'on entre dans la période de seconde industrialisation. Dans tous les cas, il s'y mêle l'image de la figure paternelle, et quelques règles d'une logique d'action qui sont théorisées dans des ouvrages relatifs à l'administration des affaires, où les auteurs essaient de combiner l'idée que le chef gère des informations bien analysées et utilise des connaissances pour combiner un plan de marche avec le respect d'un ordre implicite, où entrent des sentiments de justice et le respect de l'honneur<sup>30</sup>.

18 Le siège social se gonfle peu à peu de bureaux : 2 % d'employés au siège social de Saint-Gobain<sup>31</sup> par rapport à l'ensemble des effectifs en 1900, contre 0,5 % au cours des années 1860. Le chef d'entreprise, même compétent, doit arbitrer des conflits internes qui peuvent remettre en question son pouvoir. Ainsi, aux Tréfileries et Laminoirs du Havre, Lazare Weiller, auteur de brevets sur des alliages non-ferreux conducteurs d'électricité, fort pourtant d'amitiés bancaires et politiques éclectiques, doit-il quitter la direction effective après une crise qui s'étale de 1901 à 1903. Crise interne aussi à la Société chimique des usines du Rhône, où les banquiers imposent une réorganisation en 1905-1906<sup>32</sup>. Dans les grosses sociétés, on cherche à créer des divisions par produits, ainsi chez Schneider en 1913 : mines et métallurgie, constructions mécaniques et électriques, artillerie, constructions navales, travaux publics.

- 19 Peut-on parler de stratégies, au sens d'une structure logique de l'action ? Les textes de Saint-Gobain empruntent énormément au vocabulaire militaire au cours des années 1830 (offensive et défensive, équilibre des forces et dissuasion, préparation et conduite d'opérations, analyse de situation, ruse et menace). En pratique, l'historien donne plusieurs sens au mot de stratégie : tantôt une politique continue d'abaissement des prix de revient ou d'amélioration de qualité, tantôt un grand choix s'apparentant à une bataille, tantôt une ligne de conduite visant à se protéger des concurrents avec un objectif de puissance (négociation de tarifs de transport, efforts de publicité et de prospection commerciale, fusions, capacité à investir dans des actifs financiers et humains avec l'intuition d'une possibilité inédite). Il arrive dans quelques cas que les entreprises d'une ville ou d'un secteur mettent en commun la recherche d'informations organisées et un certain effort d'anticipation, par exemple dans une chambre de commerce ou un comité, sans qu'il s'agisse à proprement parler d'une entente sur les quantités et les prix. Comme on commençait à le dire vers 1900, mais comme Henri Fayol l'exprimera mieux en 1917, en réfléchissant à sa pratique de dirigeant de Commentry-Fourchambault : la direction générale consiste à prévoir (allouer des ressources pour un but), organiser (mettre en place des moyens), commander, coordonner (veiller que tout marche de façon harmonieuse), contrôler. Le brasseur Louis Blondel <sup>33</sup> disait en 1897 : choisir, pourvoir, régler, stimuler, harmoniser, surveiller. Dans cette pensée de l'action collective, l'entreprise emprunte aux modèles disponibles : les institutions religieuses, l'armée, l'administration publique, et, bien sûr, la famille.
- 20 Dans sa fonction de fabrication (fonction digestive si on veut), l'entreprise gère ce que nous appellerions aujourd'hui un patrimoine technique, où les cultures transmises, les compétences du travail jouent un grand rôle. L'un des enjeux décisifs du XIX<sup>e</sup> siècle, peut-être entrevu par l'abbé Grégoire, est le passage à ce qu'on appelle une « technologie », un discours rationalisé et pédagogique sur les techniques, ce qui va se conjuguer avec la notion du brevet comme marché de l'innovation. Cela met en jeu des quantités de facteurs, du lien entre science et industrie, faible en début de siècle (sauf pour la chimie), fort après 1870 (science des matériaux, mesures physiques et chimiques), aux efforts de diffusion et de vulgarisation du progrès technique (expositions, revues, bulletins, guides pratiques des métiers), à la machine et aux outillages, donc à l'utilisation d'une énergie plus importante par personne employée, à la fabrication en série (déjà perceptible avec les pièces d'horlogerie, puis de machines à coudre), et donc à l'usine, souvent perçue comme une caserne, à l'organisation du travail, où il faut de la discipline et de la productivité, à la présence de l'ingénieur <sup>34</sup>. Face à ces impératifs, les dirigeants affrontent souvent des hommes qui adhèrent à une « coutume » ouvrière, d'où des malentendus, des heurts, des conflits.
- 21 La vente, une fonction musculaire (métaphore de la main, qui donne, caresse ou donne le coup de poing), donne lieu à ce que nous appelons aujourd'hui *marketing*, mais qui existait depuis longtemps <sup>35</sup>. C'est pénétrer dans une sociologie et une anthropologie du goût, où on rencontre les idées de mode, d'objets et de rêves du désir, même au niveau très humble du colporteur quelque peu porté au boniment, de promotions plus ou moins élitistes (le vin de Bordeaux par exemple) jouant sur la distinction, de marques déposées et de logos <sup>36</sup>, d'étude du marché par des représentants et voyageurs de commerce, de techniques commerciales (le rabais, la vente sur catalogue), de publicité dans les journaux, et de plus en plus par l'affiche, que contribue à révolutionner Leonetto Cappiello (1875-1942) vers 1910, mais où on croise Toulouse-Lautrec, Maurice Denis, Sonia Delaunay. Les historiens ont montré que l'entreprise du XIX<sup>e</sup> siècle savait construire son marché (Pont-à-Mousson et les adductions d'eau potable répondant à des arguments d'hygiène publique par exemple).
- 22 La comptabilité est une fonction sensorielle qui indique où l'on est et où l'on va, en tant qu'enregistrement plus ou moins rapide des flux de l'argent. Ancienne dans son principe, puisque les agents du fisc du bas-empire romain tenaient des comptes à la fois détaillés et récapitulés en grandes masses de synthèse, elle a été adaptée aux besoins des banques, des assurances, du négoce, des grands magasins et des usines. C'est l'un des domaines d'enseignement à destination des entreprises, constituant l'objet de revues professionnelles et

- de cours privés (dont Pigier). On ne veut plus seulement savoir combien coûte en moyenne un fût de bière, mais chaque fût pris un à un (en dépenses de charbon, de matières, de salaires).
- 23 La fonction financière est plus large, en ce qu'elle raisonne sur les gros chapitres de ressources (fonds propres, fonds empruntés) et d'emplois (les immeubles et les outillages, les stocks dont on calcule le taux de rotation, les autres actifs circulants, dont des crédits accordés à certains acheteurs privilégiés, comme les miroitiers pour Saint-Gobain). C'est l'un des nœuds de la relation entre le banquier et l'industriel : le banquier consent du crédit à court terme, mais à condition que le bilan soit sain, c'est à dire que l'entreprise dispose de suffisamment de capitaux permanents, et il peut inciter l'entreprise soit à augmenter son capital, soit à émettre des obligations.
- 24 Ce que l'on a appelé fonction « Personnel »<sup>37</sup>, vers 1910, dans quelques entreprises comme Renault Frères, n'était pas vraiment théorisé comme tel, parce que la gestion sociale était en fait éclatée entre plusieurs pôles de préoccupation, par exemple l'embauche et les carrières, les salaires, les retraites et avantages sociaux, la discipline dans les ateliers, le « moral » des troupes, qui correspondrait à ce que nous appellerions la cohésion, par confiance en l'autorité dirigeante, confiance dans la performance de l'entreprise, confiance en soi comme acteur d'un projet, et la capacité de prendre en compte certaines aspirations ou revendications dans une sorte de négociation. Nous y reviendrons plus loin, dans la mesure où cela s'insérait dans une vision d'un ordre social et moral qui dépassait le cadre strict de l'entreprise.
- 25 À partir de tous ces éléments, conviendrait-il de conclure que l'entreprise aurait par exemple traversé trois ou quatre étapes dans sa maturation ? Cela nous semble dangereux, car rien n'a cheminé du même pas, ni pour une entreprise particulière, ni pour les différents types d'entreprises. Il s'agit de différentes dynamiques qui se rencontrent quelquefois, mais qui agissent dans le désordre au sein d'un tissu très complexe et divers. La périodisation indiquée plus haut servant seulement à préciser un contexte d'ensemble.

## Approches sociétales

- 26 Par bien des aspects, l'histoire de l'entreprise reste inintelligible si on ne la relie pas à une histoire que nous sommes tentés d'appeler sociétale, l'adjectif social prêtant à confusion, sauf à admettre que tout est social. Par sociétal, nous entendons ce qui se réfère à des logiques de la société en général, qu'il s'agisse de phénomènes politiques ou culturels au sens le plus large, ce qui comprend l'enseignement, les religions, les arts et le domaine de l'écrit, les genres de vie, les sensibilités comme instance la plus émotionnelle du culturel (ce qu'on aime et ce qu'on rejette, les peurs et les phobies, le rapport instinctif au temps, à l'espace, au « nous » du lien social et à ses symboles). Nous en choisirons quelques exemples qui n'épuisent pas le sujet, en prenant comme fil conducteur les relations entre l'entreprise et le reste de la société. On peut dire que l'entreprise influence la société, mais que la société influence l'entreprise, et cela ne va pas sans conflits ni déchirements.
- 27 On commencera peut-être par les grandes questions du destin collectif : le jeu politique, l'État et les mesures qu'il est susceptible de prendre, la défense des intérêts fondamentaux du monde des affaires. Beaucoup d'entrepreneurs ont été tentés par l'élection ou le rôle en politique, par exemple Laffitte, Eugène Schneider sous le Second Empire, Pouyer-Quertier, François de Wendel. Des historiens comme Jean Garrigues et Éric Anceau ont essayé de mesurer et d'étudier le phénomène au-delà des cas les plus connus<sup>38</sup>. Peut-être 500 patrons ont-ils été parlementaires tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle, ce qui est à la fois peu et beaucoup. Cette seconde carrière est-elle une question de prestige notabiliaire plus que de volonté politique résolue ? Il semble à première vue qu'ils n'ont pas tellement marqué la vie politique, qu'ils n'ont guère fait passer un message particulier, et les deux métiers d'entrepreneurs et de politiciens professionnels sont très différents. Il est vrai aussi que l'on peut intervenir par le jeu de groupes de pression, plus ou moins organisés, et par une action indirecte, par exemple le soutien à des politiciens professionnels. La question de haute politique la plus sensible a été le protectionnisme, majoritairement soutenu par le patronat déjà au temps de la monarchie parlementaire, entre 1815 et 1848, puis dans des débats qui entourent le traité de 1860, plus tard, avec des nuances néanmoins, sous la III<sup>e</sup> République. Cela étant, il a toujours existé

une fraction libre-échangiste du patronat, en général du côté de secteurs exportateurs qui craignaient des mesures de rétorsion dans les autres pays. En sens inverse, d'autres catégories sociales défendaient le protectionnisme, par exemple des propriétaires fonciers. Il faudrait refaire la liste des lois qui intéressent plus particulièrement les entreprises : lois touchant la vie des affaires en général, à partir des faillites et du droit des sociétés, des mesures relatives aux chemins de fer, aux canaux et aux ports, au commerce colonial, les lois dites sociales, comme celles de 1841, 1874, 1892 sur le travail des enfants, 1898 sur les accidents du travail, 1910 sur les retraites, les lois ou décrets touchant la fiscalité (régime du sel, du sucre, de l'alcool), y compris tous les cas où le patronat était assez nettement hostile.

28 Dans un cadre plus restreint se sont posés des problèmes que nous pourrions appeler aujourd'hui d'environnement. Il s'agissait d'une part de rejets de fumées et d'eaux polluées en milieu urbain, d'autre part en milieu rural de conséquences de la présence d'usines sur le régime des rivières : question de biefs et petits barrages, de rejets chimiques ou solides. Peu de personnes critiquaient les carrières ou la présence de terrils, qui modifiaient le paysage. Mais il a existé des quantités de litiges au quotidien, tantôt avec l'administration, tantôt avec des maires, tantôt avec des particuliers<sup>39</sup>, et cela pèse dans le regard que les Français portent sur l'industrie.

29 L'industrialisation a exercé un effet sur la croissance urbaine : développement de certaines villes et banlieues, quartiers plus industriels que d'autres<sup>40</sup>. Plus largement, elle a modifié l'espace économique (nouvelle géographie, avec ses pays miniers, ses voies de communication, le développement de certains axes, de certaines vallées). Les entreprises ont contribué à façonner un paysage bâti, de nombreux architectes étant sollicités pour établir des plans d'usines, cités ouvrières en ville, constructions de quartiers ou en tout cas d'immeubles<sup>41</sup>. Tout cela fait partie du patrimoine industriel d'aujourd'hui<sup>42</sup>, y compris à l'état de traces quand l'espace bâti s'est reconverti à d'autres activités. Cette architecture industrielle a parfois ses effets décoratifs (briques de différentes couleurs, motifs ornementaux), ses effets symboliques (la cheminée comme objet technique, les allusions stylistiques à d'autres époques, notamment quand on parle des cathédrales ou des châteaux de l'industrie). Il serait aussi possible d'évoquer une architecture bancaire, celle des grands magasins, celle des gares, des vestiges de bâtiments d'exposition, quelquefois réemployés dans d'autres édifices. En ce sens, même des personnes qui n'avaient pas un emploi dans une entreprise ont vécu au milieu d'un décor marqué par les entreprises, et cela n'a pas pu ne pas influencer l'image qu'ils se faisaient de la civilisation du XIX<sup>e</sup> siècle.

30 Il s'agit là d'un cadre et d'un décor, mais il faut en venir à l'homme et à la femme du XIX<sup>e</sup> siècle au travail et à leurs représentations. Il nous semble que l'entreprise a emprunté ce qu'elle pouvait à un code admis de droits et de devoirs. Au départ, le patron est comparable dans une certaine mesure à un maître de maison assisté de domestiques, à un seigneur ou à un notable entouré de métayers et d'administrés, à un officier à la tête d'un régiment, à un préfet protégeant ses populations, et à bien d'autres personnages revêtus d'une autorité. Sans qu'il faille y déceler une construction idéologique, on le considère volontiers comme un père, et l'autorité est qualifiée de paternelle parce que le père châtie en vue du bien de l'enfant. Néanmoins la réalité est plus complexe, car il faut faire intervenir le regard. On révère une autorité lointaine à condition qu'elle n'empiète pas sur la vie ordinaire, on refuse d'être soumis à une surveillance de tous les instants, et le salaire doit être « juste », ce qui veut dire conforme à ce qu'a toujours été un « tarif » pour un type de travail, mais non dépendant de l'observation d'un contremaître « œil » de son maître<sup>43</sup>. Bien des signes révèlent une méfiance à l'égard de l'usine, et encore les premières usines reproduisent-elles en leur sein un peu des conditions du travail à domicile, où l'on était en famille, avec femme et enfants, selon un rythme choisi. La plupart des conflits de l'usine, au cours des années 1830, viennent de la contestation de changements de « tarif » après l'introduction d'une machine ou de refus d'une discipline imposée.

31 Le « patronage », notion ancienne tirée de l'histoire romaine et de l'histoire coloniale (lien avec d'anciens esclaves), plus tard remise au goût du jour par certains économistes, dont Le Play,

convient dans une certaine mesure au « bon patron » du Second Empire comme échange de déférence et dévouement contre bienveillance dans le souci de reconstruire un ordre moral de droits et de devoirs qui semblait compromis à un moment où l'horloge devenait un des symboles de l'usine. Il contribue sans doute à une certaine stabilisation, mais n'est guère adapté aux grandes masses ouvrières. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et dans les années qui précèdent 1914, le « paternalisme », terme péjoratif décalqué de l'anglais, désigne l'ambition d'un système clos et total, peut-être plus autoritaire et rationalisateur, mais cherchant à « enchanter » un monde de loyauté. Il paraît excessif de parler d'un grand renfermement dans le sillage des idées de Michel Foucault.

32 On a beaucoup exagéré l'emprise réelle sur les esprits et les cœurs de ces politiques sociales lorsqu'elles voulaient influencer les préférences par le haut, car le personnel ouvrier s'est souvent trouvé écartelé entre un monde interne à l'entreprise et un monde externe. Le modèle républicain signifiait que l'on refusait les influences du notable, que l'on choisissait à l'occasion du vote, que l'on lisait des journaux, que l'on se référerait à un intérêt général plus vaste où l'instance du politique apportait des correctifs. À la longue, l'entreprise s'est adaptée à ces nouvelles conditions, parce que ses acteurs ont intériorisé ses exigences, bien plus qu'elle n'a modelé la société. L'entreprise crée une petite société, où certains ont l'impression d'entrer en religion, mais elle influence peu la culture de la société globale. En revanche, les conflits du travail ont eu une répercussion négative aux yeux de l'opinion publique.

33 Il serait plus exact de considérer que l'image de l'entreprise dans la société, tout en comportant des traits positifs, ne correspond pas exactement à celle qu'aurait voulu donner ses dirigeants. Il s'agit d'une image souvent éclatée, diffractée et recomposée, parce que l'entreprise n'englobe pas tout. Et de fait, si on étudie les cultures techniques<sup>44</sup> et les trajectoires professionnelles, par exemple de « gens du verre », « gens de la laine », « gens du fer », « gens du livre », « gens du bâtiment », on se sent peut-être plus appartenir à un métier qu'à telle ou telle entreprise. On est prêt à circuler d'une entreprise à une autre, et parfois d'une activité à une autre. Les ouvriers des constructions navales de Saint-Nazaire ne passaient-ils pas en moyenne trois mois par an, vers 1900-1910, occupés à des travaux agricoles situés dans une aire de déplacement assez vaste ? Si on considère des jeunes ingénieurs entrés chez Saint-Gobain entre 1880 et 1914, on distingue nettement deux cas de figure : ceux qui partent au bout de trois ou quatre ans, parce qu'ils ont l'impression de ne pas s'accomplir, et ceux qui restent toute leur vie, comme dans un ordre monastique. Retrouver l'entreprise par le regard des acteurs, c'est aussi la voir traversée d'enjeux qui la dépassent.

34 Enfin la dimension du consommateur est plus vaste que ne le donne à penser l'étude interne de l'entreprise. S'il est vrai que les vendeurs peuvent organiser le marché, l'historien doit mettre en perspective les politiques commerciales en analysant des modes de vie, des désirs, avec toutes sortes de différences entre des milieux sociaux et des aires culturelles, l'enjeu étant le développement d'une société de consommation qui trouvait déjà ses prémices au XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>45</sup>, mais aussi d'une société de la communication<sup>46</sup>.

\*\*\*

35 La mémoire de l'entreprise, consciente et inconsciente, alimente l'étude de l'historien, en ce sens qu'il travaille sur des archives, des sources imprimées, ouvrages, journaux, revues, brochures du XIX<sup>e</sup> siècle, de plus en plus aussi à partir d'une archéologie industrielle qui s'intéresse aux outillages, aux objets et au bâti, tout en l'interprétant en fonction de ses usages techniques et d'une organisation de la vie qu'il implique : espace de l'atelier et de ses gestes, du bureau, des bâtiments annexes (chambre des pendus des mineurs par exemple), des déplacements quotidiens (habitat). Mais l'historien fait aussi intervenir ses outils conceptuels pour expliquer, donner une cohérence et un sens. Cela implique de prendre l'entreprise au sérieux, de la constituer en objet d'histoire, avec ses grilles d'analyse et ses typologies.

36 Et puis l'histoire est mise en intrigue et elle recompose des effets de mémoire qui rencontrent en partie les pensées du public, notamment dans des publications, des expositions, des musées, des « routes touristiques » (de la soie, du fer, des moulins, *etc.*). Dans un monde aujourd'hui passablement dématérialisé, un large public s'attache par une sorte d'identification

aux équipements techniques de la société industrielle : dimension ergologique de la production, des créations du travail humain, de l'outil sous la main qui sert notamment à fabriquer des aliments et des remèdes, des vêtements et des parures, des logements et leur mobilier, des supports ou des moyens de communication (le papier et le livre, la radio, les moyens de transport), des symboles aussi de la puissance (Tour Eiffel, armements). Ce qu'on aime retenir de l'entreprise, c'est sa performance de producteur, mais agissant dans un cadre et un contexte, pour des consommateurs ou des utilisateurs.

---

### Notes

1. La publication d'Alain BELTRAN, Jean-Pierre DAVIET et Michèle RUFFAT, *L'histoire d'entreprise en France, un essai bibliographique*, Paris, Institut d'histoire du temps présent, 1995, 117 p., ne couvre que les histoires consacrées à une seule entreprise.
2. Jean-Pierre DAVIET, *La Société industrielle en France, 1814-1914 : productions, échanges, représentations*, Paris, Éditions du Seuil, 1997, 306 p. ; Voir aussi Dominique BARJOT et Michèle MERGER [dir.], *Les entreprises et leurs réseaux : hommes, capitaux, techniques et pouvoirs, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle (Mélanges François Caron)*, Paris, Presses de l'université de Paris-Sorbonne, 1998, 838 p.
3. De nombreux résultats synthétisés dans *Histoire générale de l'électricité en France*, 3 tomes, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1991-1996.
4. Voir François CARON, *Histoire des chemins de fer en France*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1997, 700 p.
5. Nous n'indiquerons, pour l'histoire des banques, qu'un exemple récent, Alain PLESSIS, *Banques locales et banques régionales en France au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éditions Albin Michel, 1999, 342 p.
6. Claire DESBOIS-THIBAUT, *Dynamisme et prospérité d'une Maison de champagne, Moët et Chandon, 1792-1914*, thèse d'histoire sous la direction de Dominique Barjot, Université Paris 4-Sorbonne, 2002.
7. Voir notamment Patrick VERLEY, *l'échelle du monde. Essai sur l'industrialisation de l'occident*, Paris, Éditions Gallimard, 1997, 713 p. ; et Dominique BARJOT, *Histoire économique de la France*, Paris, Éditions Nathan, 1995, 352 p.
8. Jean FAVIER, *De l'or et des épices, naissance de l'homme d'affaires*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1987, 481 p.
9. Gérard GAYOT, *Les draps de Sedan 1646-1870*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 1998, 579 p.
10. En matière de prosopographie, on se référera surtout à Frédéric BARBIER, *Le Patronat du Nord sous le Second Empire. Une rapproche prosopographique*, Paris/Genève, Librairie Droz, 1989, 409 p. ; et à la collections *Les Patrons du Second Empire*, 6 volumes, Paris/Le Mans, Éditions Picard/Éditions Cénomane, 1991-1999.
11. Jacques MARSEILLE [dir.], *Créateurs et créations d'entreprises de la révolution industrielle à nos jours*, Paris, Association pour le développement de l'histoire économique, 2000, 751 p.
12. Quelques exemples de dynasties dans Paul BUTEL, *Les Dynasties bordelaises de Colbert à Chaban*, Paris, Librairie académique Perrin, 1991, 445 p. ; et Pierre-Paul ZALIO, *Sociologie historique d'un patronat urbain, Marseille 1880-1970 : familles, entreprises, formation sociale et territoire*, Lille, Atelier national de reproduction des thèses, 1999.
13. Voir par exemple Denis WORONOFF, *François de Wendel*, Paris, Presses de Sciences-Po, 2001, 308 p.
14. Alain BAUDANT, *Pont-à-Mousson, stratégies industrielles d'une dynastie lorraine*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1980, 507 p.
15. Une présentation suggestive dans Philippe JOBERT, *Les entreprises aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, Paris, Presses de l'École normale supérieure, 1991, 294 p. ; et Philippe JOBERT et Michael Stanley MOSS [dir.], *Naissance et mort des entreprises en Europe, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles*, Dijon, Université de Bourgogne/Centre Georges Chevrier pour l'histoire du droit, 1995, 213 p.
16. De nombreux articles ont essayé de préciser le contenu de la notion de trois générations, selon laquelle une entreprise est créée par un fondateur, développée à la deuxième génération,

- tandis que la troisième génération se révèle inapte ou dissipatrice. Voir *Le Mouvement social*, juillet-septembre 1985, et, plus récemment dans *Entreprises et Histoire*, septembre 1995.
17. Michel HAU, *La Maison De Dietrich de 1764 à nos jours*, Strasbourg, Éditions Oberlin, 1998, 395 p.
  18. Voir notamment Denis WORONOFF, *Histoire de l'industrie en France, du XVI<sup>e</sup> siècle à nos jours*, Paris, Éditions du Seuil, 1998 (1<sup>ère</sup> édition 1994), 674 p ; et Maurice LÉVY-LEBOYER [dir.], *Histoire de la France industrielle*, Paris, Éditions Larousse, 1996, 550 p.
  19. Jean-Marie MOINE, *Les Barons du fer : les maîtres de forges en Lorraine du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle aux années trente, histoire sociale d'un patronat sidérurgique*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 1989, 564 p.
  20. Jean-Claude DAUMAS, *L'amour du drap : Blin et Blin, 1827-1875 : histoire d'une entreprise lainière familiale*, Besançon, Presses universitaires franc-comtoises, 1999, 660 p.
  21. Serge CHASSAGNE, *Le coton et ses patrons, France, 1760-1840*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 1991, 733 p.
  22. Georges RIBEILL, *La révolution ferroviaire : la formation des compagnies de chemins de fer, 1823-1870*, Paris, Éditions Belin, 1993, 478 p.
  23. Michael MILLER, *Au Bon marché, 1869-1920 : le consommateur apprivoisé*, Paris, Librairie Armand Colin, 1987, 237 p.
  24. Jean-Yves MOLLIER, *L'argent et les lettres : histoire du capitalisme d'édition, 1880-1920*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1988, 549 p.
  25. Marc de FERRIÈRE, *Christofle, une aventure industrielle*, Paris, Le Monde Éditions, 1995, 456 p. ; voir aussi Louis BERGERON, *Les industries de luxe en France*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1998, 237 p. ; et Jacques MARSEILLE, *Le luxe en France, du siècle des Lumières à nos jours*, Paris, Association pour le développement de l'histoire économique, 1999, 324 p.
  26. Bernard MARREY, *Un capitalisme idéal : Menier*, Paris, Éditions Clancier-Guénaud, 1990, 236 p.
  27. André GUESLIN, *L'invention de l'économie sociale*, Paris, Éditions Économica, 1987, 340 p.
  28. Pour les développements qui suivent, voir Patrick VERLEY, *Entreprises et entrepreneurs du XVIII<sup>e</sup> siècle au début du XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éditions Hachette, 1994, 255 p.
  29. Olivier RAVEUX, *Marseille, ville des métaux et de la vapeur au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éditions du Centre national de la recherche scientifique, 1998, 383 p.
  30. Claude-Anthelme COSTAZ, *Histoire de l'administration en France de l'agriculture, des arts utiles, du commerce, des manufactures, des subsistances, des mines et des usines*, Paris, Huzard, 1832.
  31. Jean-Pierre DAVIET, *Une multinationale à la française : histoire de Saint-Gobain, 1665-1989*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1989, 334 p.
  32. Pierre CAYEZ, *Rhône-poulenc : 1895-1975. Contribution à l'étude d'un groupe industriel*, Paris, Librairie Armand Colin/Éditions Masson, 1989, 343 p.
  33. Louis BLONDEL, *Principes d'économie industrielle*, Lille, Imprimerie Prévost, 1897.
  34. Voir particulièrement André THÉPOT [dir.], *L'ingénieur dans la société française*, Paris, Éditions ouvrières, 1985, 329 p. ; et Bruno BELHOSTE, *La France des X, deux siècles d'histoire*, Paris, Éditions Économica, 1995, 398 p.
  35. Marc MARTIN, *Trois siècles de publicité en France*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1992, 430 p.
  36. Édith AMIOT et Jean-Louis AZIZOLLAH, *Les marques françaises. French trademarks : 150 ans de graphisme, 1824-1974*, Saint-Cloud, Historicom éditions, 1990, 415 p.
  37. Jean FONTBONNE, *Personnel et DRH. L'affirmation de la fonction « Personnel » dans les entreprises (France, 1830-1990)*, Paris, Éditions Vuibert, 2001.
  38. Jean GARRIGUES, *La république des hommes d'affaires, 1870-1900*, Paris, Éditions Aubier, 1997, 432 p. ; Éric ANCEAU, *Dictionnaire des députés du Second Empire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1999, 421 p. ; voir aussi Frédéric BARBIER, *Finances et politique. La dynastie des Fould, XVIII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Librairie Armand Colin, 1991, 364 p.
  39. André GUILLERME, *Les temps de l'eau : la cité, l'eau et les techniques*, Seyssel, Éditions Champ Vallon, 1983, 263 p.

40. Stephan JONAS, *Le Mulhouse industriel : un siècle d'histoire urbaine, 1740-1848*, Paris, Éditions l'Harmattan, 1995, 2 volumes, 271 p. et 221 p.
41. Louis BERGERON, *Les Rothschild et les autres : La gloire des banquiers*, Paris, Librairie académique Perrin, 1991, 201 p.
42. On trouvera une présentation du patrimoine industriel dans Jean-Pierre DAVIET, Patrick FRIDENSON et Yannick LECHERBONNIER, *Mémoires industrielles*, CD-Rom, Syrinx, 2001.
43. William M. REDDY, *The rise of Market Culture. The textile Trade and French Society, 1750-1800*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984, 402 p.
44. Voir par exemple Jean-Yves ANDRIEUX, *Les travailleurs du fer*, Paris, Éditions Gallimard, 1991, 176 p.
45. Daniel ROCHE, *Histoire des choses banales : naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle)*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1997, 329 p.
46. Pascal GRISET, *Les révolutions de la communication, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éditions Hachette, 1991, 255 p.
- 

### ***Pour citer cet article***

#### Référence électronique

Jean-Pierre Daviet, « Mémoires de l'entreprise française du XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 23 | 2001, mis en ligne le 04 mars 2008, Consulté le 04 février 2012. URL : <http://rh19.revues.org/index313.html> ; DOI : 10.4000/rh19.313

#### Référence papier

Jean-Pierre Daviet, « Mémoires de l'entreprise française du XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'histoire du XIXe siècle*, 23 | 2001, 105-119.

---

### ***À propos de l'auteur***

#### **Jean-Pierre Daviet**

Professeur d'histoire contemporaine à l'Université de Caen

---

### ***Droits d'auteur***

Tous droits réservés

---

### ***Résumé / Abstract***

Le but de l'article est triple : montrer l'intérêt de l'histoire des entreprises au XIX<sup>e</sup> siècle, suggérer des pistes de réflexion pour une meilleure compréhension de la société industrielle, et enfin poser le problème du rapport que nous avons aujourd'hui aux entreprises du passé. Dans la première partie, on essaie de dégager quelques traits d'un groupe d'hommes qui ne sont pas tous des créateurs, puisque la notion de dynastie est très importante, et on insiste sur la pluralité des mondes productifs. Il s'agit d'étudier les entrepreneurs en tant que tels, sans y chercher des justifications idéologiques, et en même temps de trouver une concordance entre des compétences personnelles et familiales d'un côté, des politiques de produits de l'autre. Dans la deuxième partie, on étudie l'émergence d'une catégorie qui se constitue historiquement. La montée sinueuse de l'organisation est à l'intersection de problèmes financiers (importance du capital), humains (le leadership dans un ensemble complexe), professionnels, au sens où se professionnalisent des " fonctions " qui font appel à un imaginaire biologique, mais qui en même temps requièrent des compétences spécialisées. Dans la troisième partie, plus subjective, nous suggérons que l'étude des entreprises ne peut être totalement séparée d'une

---

thématique plus vaste de ce qu'on pourrait appeler un ordre social et moral, mais un ordre qui change considérablement en cent ans, et autant pour des raisons politiques ou intellectuelles qu'économiques. Cette insertion sert et gêne l'entreprise. Elle la gêne en ce que l'entreprise ne contrôle pas les logiques sociales, mais elle la sert en ce que l'entreprise y trouve une légitimité de producteur.

**Memories of the 19<sup>th</sup>-century French company.** The purpose of this paper is threefold: first, to call attention to the interest of business history applied to the French 19<sup>th</sup>-century; second to suggest a path for thought for a better understanding of the industrial society; third to consider our relation to the past business world. The purpose of the first section is to try and make out some features of an entrepreneurial group, composed not only of inventors, since dynasties of businessmen were very important, and to focus on the plurality of productive worlds. The issue at stake is to study entrepreneurs as they were, without any ideological presuppositions and also to find a concordance between family or personal skills on the one hand, and strategies for goods on the other hand. The purpose of the second section is to analyse the historical emergence of the firm as a conceptual category. The winding rising of the organisation is related to financial problems — the importance of assets —, human ones — leadership in a complex occupational group —, vocational ones, in so far as increasingly professional “occupations” resorted to a biological imaginary world, but also required specialised skills. The more subjective third part suggests that the study of firms cannot be completely separated from a wider theme, which could be called a social and moral order. But this order changed much during the century, for intellectual and political reasons as well as economic ones. The insertion of the firm in society as a whole was at the same time a drawback and an advantage. It was a drawback because business did not control social forces, and it was an advantage because business thus found the legitimacy of being a producer.

***Licence portant sur le document*** : Tous droits réservés