

Manuel Charpy

Formes et échelles du commerce d'occasion au XIX^e siècle. L'exemple du vêtement à Paris.

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

Référence électronique

Manuel Charpy, « Formes et échelles du commerce d'occasion au XIX^e siècle. L'exemple du vêtement à Paris. », *Revue d'histoire du XIX^e siècle* [En ligne], 24 | 2002, mis en ligne le 20 juin 2005. URL : <http://rh19.revues.org/index373.html>

DOI : en cours d'attribution

Éditeur : Société d'histoire de la révolution de 1848
<http://rh19.revues.org>
<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne à l'adresse suivante : <http://rh19.revues.org/index373.html>

Document généré automatiquement le 29 septembre 2009. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

Tous droits réservés

Manuel Charpy

Formes et échelles du commerce d'occasion au XIX^e siècle. L'exemple du vêtement à Paris.

Pagination de l'édition papier : p. 125-150

- 1 Afin de décrire la culture matérielle et notamment celle des XVIII^e et XIX^e siècles, l'historien est tenté d'emboîter le pas au notaire et de procéder à l'inventaire méticuleux des biens matériels. Compilés, les inventaires offrent une image séduisante qui nous informe de la quantité des objets mais, plus rarement, de leur qualité.
- 2 Krzysztof Pomian proposait d'opérer une "coupe synchronique dans l'ensemble des objets visibles présents dans notre société"¹. L'image résultant de cette opération s'apparente elle aussi à un instantané, mais elle offre l'avantage de souligner la diversité des statuts et des usages d'un même objet, bref de s'attacher autant aux qualités des objets qu'aux quantités. Outre qu'elle permet de récuser le temps processionnel des modes, cette image invite à s'interroger sur les déplacements, les voisinages et la permanente redéfinition des objets et de leurs statuts. Dans les inventaires, quelques indications sommaires font laconiquement mention de l'état des objets² et la valeur que leur attribuent les experts *ad hoc* peut nous permettre d'inférer leur état, la rareté des matériaux ou encore l'engouement qu'ils suscitent. Hors de ces maigres indications, les inventaires restent silencieux sur l'inscription toujours renouvelée des objets dans le temps des usages sociaux. Entre le temps lisse et successif de la mode et le temps mort des inventaires, il s'agit de restituer en mouvement la complexité des formes et des modalités de consommation.
- 3 Procédé maintes fois éprouvé dans l'étude du cadre bâti, cette attention aux processus d'aménagements, d'affectation, de désaffectation, de contextualisation, de décontextualisation et de recontextualisation apparaît plus malaisée lorsqu'il s'agit d'objets mobiliers. Les circulations dans l'espace, dans les strates du temps, les processus de réactivation ou d'abandon comme les changements de propriétaire deviennent alors déterminants³. Pour interpréter cette vie matérielle il est donc nécessaire de décrire et comprendre les circulations et non plus seulement les possessions. La difficulté, on le comprend, réside dans le silence des sources qui n'enregistrent que les acquisitions et accumulations et peu ou pas les processus complexes qui façonnent les modalités de consommation.
- 4 Le marché de l'occasion, souvent éclipsé par la nouveauté du grand magasin et pourtant loin d'être un fait résiduel, intéresse l'ensemble des secteurs de la consommation et s'offre comme un biais à qui veut saisir les processus et les modes de consommation. Régulièrement croisé dans l'analyse de la consommation du XIX^e siècle⁴, il n'a pas encore réellement fait l'objet d'une analyse. Il permet pourtant d'interpréter la consommation à l'aide des questionnements croisés de l'usure et de l'obsolescence, des modes et des usages tout en évitant de confondre consommation et production.
- 5 Parmi les nombreux secteurs qu'il concerne, le commerce du vêtement apparaît comme un terrain propice à une telle analyse, tant par son importance que par son inscription dans le commerce social du XIX^e siècle.
- 6 Au-delà de l'image pittoresque d'un commerce au rabais, grouillant dans les interstices du commerce institué, sa position reste à déterminer par rapport au commerce d'alors et à ses innovations. Considéré de l'approvisionnement aux modes de distribution, il éclaire les modalités d'achat, d'usage et de vente. Enfin, la mise en lumière à la fois des lignes de partage

qui se dessinent entre le vieux, le neuf et l'ancien, et de la distinction aujourd'hui établie entre le commerce de l'occasion et le commerce institué, nous donne à comprendre la nature des rapports qu'entretient le XIX^e siècle avec sa production matérielle.

- 7 Observer l'évolution matérielle d'un objet et les représentations qui s'y attachent n'est pas, à la différence de l'étude du bâti, chose aisée. Il apparaît cependant possible de reconstituer ici quelques séquences de ces circulations, déplacements et changements de destinations, qui constituent les linéaments de la consommation.

Les formes du commerce de l'occasion

Un commerce mélangé

- 8 Pour qui examine les images de la rue parisienne du XIX^e siècle à la recherche du commerce de vêtements d'occasion, la figure du marchand ambulant s'impose. Il est invariablement représenté chargé de vieux habits fripés et rapiécés, de débris d'uniformes militaires, et de quantité d'objets hétéroclites. Dans la tradition des "cris de Paris", ces images accusent l'archaïsme et la désuétude de cette activité. Traités comme motifs pittoresques, ces marchands apparaissent comme les figures emblématiques d'une société citadine instable et fragile. Elles marquent la distance qui sépare cette activité du commerce établi⁵.
- 9 Le fatras des objets proposés trahit le rôle du hasard dans ce négoce. Le succès iconographique et littéraire de cette figure ne rend pas plus facile son interprétation. Les transactions de ces marchands, sans boutique, sans capital et par obligation légale toujours en mouvement, nous restent pratiquement inconnues. Quelques certificats délivrés aux indigents indiquent qu'un grand nombre se tournent vers le métier de "brocanteur d'habits ambulant"⁶ ; le faible investissement nécessaire à la création d'un tel commerce est sans doute décisif. On est frappé de la très faible présence des fripiers dans les archives notariales et commerciales. Comme les fripiers niortais du XIX^e siècle, évoqués par Jean-Clément Martin, les fripiers parisiens apparaissent "en-deçà de la faillite" : ils sont très peu faillis et encore plus rarement créanciers⁷. Ce quasi-silence des archives dessine en creux un commerce incertain et précaire, situé à la marge du commerce institué.
- 10 Au XIX^e siècle, les marchandes à la toilette, pendant féminin des marchands ambulants, font quant à elles, l'objet de fréquentes procédures administratives. C'est le cas de la veuve Fernel, installée rue des Fontaines-du-Temple, qui fait faillite en 1850 pour seulement 299 francs de créances que ne recouvrent pas les 191 francs de marchandises prisées⁸. Sa marchandise est constituée par un bric-à-brac de vieux vêtements et d'accessoires de mode d'occasion difficile à distinguer de ses effets personnels. L'imbrication étroite des espaces de travail et des espaces domestiques ainsi que la confusion de ses dettes privées et professionnelles prolonge ce désordre. La situation est similaire pour de nombreux marchands. Ils cohabitent avec une théorie de marchés de quartier ; plus d'une quinzaine dans le Paris intra-muros de 1850. Malgré l'aspect moins informel de leurs éventaires, la marchandise paraît tout aussi médiocre et mélangée. Au Carreau Beauvau-Saint-Antoine, les "chiffons et les hardes sont pêle-mêle"⁹. Le marché de Notre-Dame au début de la Monarchie de Juillet est un "marché de Vieux-Linges et de Bric-à-brac"¹⁰. Celui des Carmes, se compose en 1837 "d'amas de hardes" et quarante ans plus tard, on y voit encore une "ignoble accumulation de défroques sans nom et de ferrailles de toutes sortes"¹¹. Quant au Carreau du Temple dans le 6^e arrondissement d'alors, lieu hautement pittoresque en 1835 avec 1 550 marchands, il séduit encore l'historien d'aujourd'hui¹². L'article de *l'Illustration*, publié en 1847, dont les termes connaîtront une fortune considérable, nous donne à voir des étalages de marchandises hétéroclites, crasseuses et grouillantes de vermine¹³. Les auteurs se complaisent à décrire un monde interlope, où règnent escroquerie et dissimulation. L'aspect et la nature des articles qui peuplent ces marchés témoignent de leur précarité et de leur obsolescence.

- 11 Si la figure du marchand ambulant et le théâtre de ces marchés captent l'attention des contemporains, ils n'en masquent pas moins une réalité moins visible mais tout aussi présente : celle de la multitude des petites boutiques que laissent apercevoir les photographies d'Eugène Atget au tournant du siècle ¹⁴.
- 12 À considérer les prisées opérées par les notaires, les marchandises éclectiques font en effet apparaître un commerce de vêtement d'occasion marginal et mêlé à d'autres activités. Dans la boutique du marchand Mazuit au quartier du Gros-Caillou, on propose "50 kg de vieux linge", mais aussi des "poteries en cuivre", des ferrailles de toutes sortes ou encore de "vieux outils et vieux ustensiles de cuisine" ¹⁵. Dans les années 1840, le marchand Chamalet associe lui aussi le commerce de friperie à une toute autre activité. Il tient un garni, rue de la Croix-Nivert, occupé par des ouvriers et des provinciaux auxquels il vend des vieux habits masculins et féminins et des vêtements professionnels ¹⁶.
- 13 La même formule --marchandise hétéroclite, activités multiples et fortune médiocre-- se répète à l'envi dans tous les quartiers populaires parisiens et rend les marchands difficilement identifiables.
- 14 La nature des marchandises et les modalités de leur vente tendent à faire de ce commerce un commerce de subsistance, parallèle et en deçà des formalisations administratives.

La mise en ordre du divers

- 15 Les clichés d'enquêtes de l'Union Photographique Française ¹⁷, dévoilent un autre aspect de ce commerce. On y voit des marchandises rangées dans des casiers ou présentés sur des portants ; plus rien de commun ici avec le bric-à-brac des brocanteurs ambulants ou des boutiques en second jour qui appartiennent au Paris pittoresque.
- 16 Le quartier de l'École-de-Médecine, où se concentrent en 1860 plus de 50 boutiques, se prête à une description précise. Après le décès de M^{me} Leroy en 1849, les "pantalons en drap et satin de laine", les "tuniques de Gardes Nationales", les "habits et jaquettes en drap et étoffe d'été" et les "gilets d'étoffes variées", qui étaient à vendre dans sa boutique rue Monsieur-le-Prince sont évalués au vu de leur bon état général à 2 142 francs auxquels s'ajoutent "un comptoir en chêne", "quatre chaises en merisier foncé de paille, une petite glace dans son parquet en bois peint" et tous les "casiers et boiseries formant le pourtour de la boutique" ¹⁸. Les époux Leroy avaient contracté un bail "dont le prix était assez élevé et qui avait plusieurs années à courir" et ils avaient par la suite investi une somme importante dans l'aménagement de la boutique. La qualité et la valeur du stock de M^{me} Leroy mettent en lumière plusieurs aspects inédits du commerce d'occasion en boutique.
- 17 Le catalogue restreint des articles proposés laisse tout d'abord deviner la clientèle particulière des ouvriers et petits artisans du quartier. Les affiches publicitaires et les prospectus, largement diffusés dès la Monarchie de Juillet, confirment cette spécialisation. Ainsi au Temple, le marchand Giroult, comme bon nombre de ses collègues, se spécialise dès les années 1840 dans la vente d'uniforme de garde nationale et de sapeurs pompiers ¹⁹. À peu de distance, les marchands se spécialisent dans la vente de vêtement d'enfant, d'habit pour dame ou d'ensembles de deuil. Le cas de la veuve Duval est à cet égard exemplaire. À la fin des années 1840, son éventaire est encore un fourre-tout et son commerce est en difficulté. Sous la pression du marché, elle se spécialise à la fin des années 1850 dans les vêtements d'enfants et de deuil. Dès lors, son commerce connaît la prospérité. La spécialisation apparaît comme une nécessité pour assurer la pérennité et la réussite d'une affaire en boutique.
- 18 La rigoureuse comptabilité notariale dévoile chez M^{me} Leroy un stock choisi et cohérent. Tandis que les marchands ambulants et les petits boutiquiers proposent les articles uniques et dépareillés collectés au gré des circonstances, des marchands prospères livrent à la vente des séries d'articles analogues, dont l'approvisionnement ne saurait être dû au seul hasard.

- 19 Par ailleurs, la description de la boutique des époux Leroy indique l'attention portée à l'installation d'un magasin. Autour de la rue Monsieur-le-Prince, les situations sont très contrastées. Alors que de nombreux commerçants officient dans des lieux médiocres, loués sans baux, quelques-uns spécialisés ont pignon sur rue. Par exemple, le marchand Lesoudier possède à lui seul sept boutiques en 1852, dont trois qu'il loue. Il est installé dans un appartement cosu comportant plusieurs chambres, une salle à manger, un salon et un boudoir. Il quitte ce logement dès 1860 pour un appartement au confort moderne place Saint-Michel et distant de son lieu de travail, signe manifeste de son ascension sociale. Ses boutiques mises à neuf ouvrent toutes sur la rue de l'École-de-Médecine²⁰. Le marchand Leroussel, au 23 de la même rue, possède lui un bail de 18 ans, paie 3 000 francs de loyer et 1 150 francs de patente, plus que ce que paient la plupart des commerçants en neuf du quartier. Pour s'installer certains fripiers se sont lourdement endettés auprès de banquiers ou de notaires²¹. L'aménagement des boutiques mobilise une part importante des sommes. Très fréquemment sous le Second Empire les notaires présentent des comptoirs d'acajou, des appareils d'éclairage au gaz ou encore de grandes glaces dans leur cadre doré ; autant de pièces de mobiliers coûteuses.
- 20 Les contrastes nous éclairent sur la diversité des situations et des activités des fripiers. À l'instar des autres commerces, les fripiers, loin de se nourrir des crises industrielles, sont affectés par "la fermeture des principaux établissements industriels", notamment au milieu du siècle²². Enfin, ces commerces, tout comme l'industrie des tailleurs en neuf, sont étroitement solidaires de leurs clients et de leurs fournisseurs. Nombre de ses représentants se conduisent en entrepreneurs. Le marchand Lesoudier, à titre d'exemple, emploie jusqu'à 10 ouvriers. En 1847, les 864 titulaires recensés sur les 1 550 que compte le marché du Temple, emploient 271 ouvriers hors du cercle familial. Seuls 65 travaillent sans salariés ; 112 emploient un seul employé et 93 de 2 à 10. Exceptionnellement un fripier déclare employer plus de 10 ouvriers²³. Certains fripiers parviennent donc à s'établir et à conforter leur position.
- 21 Dans ce paysage professionnel contrasté, la spécialisation des boutiques, leur approvisionnement et le recours à la main-d'œuvre, réfutent l'image d'un commerce précaire.

Un commerce de hasard ?

- 22 Dans ce cas, il est difficile de quantifier la valeur des échanges, même approximativement. Quelques indices donnent néanmoins une idée de la fréquence des ventes. Le notaire qui fait l'inventaire des marchandises de M^{me} Leroy après son décès en septembre 1849, note que "son mari poursuivant le commerce [et] les ventes étant importantes, la marchandise s'est entièrement renouvelée"²⁴. 350 articles environ sont donc vendus dans le mois qui suit son décès. Dans une circonstance analogue, le marchand Vachon de Belleville, déclare avoir vendu un tiers de son fonds de commerce, soit pour plus de 1000 francs en l'espace de trois semaines²⁵. Suivant les saisons, les notaires présentent tantôt des vêtements d'hiver et tantôt d'été. Tout laisse donc présager un renouvellement rapide des fonds, d'autant plus nécessaire que les marchandises vendues ont une faible valeur. Ce commerce, surmontant de mieux en mieux les aléas du marché, régularise son approvisionnement et le densifie. La quantité de marchandises nécessaires à l'approvisionnement des 300 à 400 boutiques et des milliers d'étals de marchés doit peu au vol, au recel ou à la revente individuelle, explications soulignées par les publicistes d'alors et quelquefois par les historiens d'aujourd'hui²⁶.
- 23 La place occupée par les uniformes dans les inventaires notariés, dans la publicité aussi bien que dans la rumeur publique au XIX^e siècle, suggère d'en suivre la trace et invite à reconstituer ces circuits d'approvisionnement.
- 24 Dès la Restauration, des affiches annoncent régulièrement les ventes aux enchères diligentées par la direction des domaines militaires. Elles proposent la vente d'une quantité de "coffres de schakos", de "capotes, habits, vestes, pantalons de drap et de toile, chemises, bottes, souliers, guêtres, bonnets de police, épaulettes, havresacs, etc."²⁷. Ce sont pour la plupart des

vêtements militaires réformés ou des effets de soldats morts dans les hôpitaux. Les négociants Lamouroux, Verdreau, Brière, Legot, ou encore Fauché enlèvent des lots considérables entre 1825 et 1845 comme l'indique la comptabilité des Domaines militaires. Le premier emporte en une seule vente pour 2 000 francs de marchandises et, alors qu'il s'agit d'un marchand d'importance moyenne, il achète plus de 15 000 articles entre 1825 et 1831²⁸. Tous sont capables de réunir en s'endettant des sommes considérables, à la hauteur des investissements d'un fournisseur en neuf et de payer comptant à l'enlèvement de la marchandise. Parmi eux, aucun ne pratique la vente au détail ; ce sont tous des grossistes. La revente aux détaillants, assurée par des marchands de demi-gros, se déroule ensuite "à la folle enchère".

25 Alors qu'une faible partie des uniformes est revendue comme telle, une large part est dégradée à la sphère du civil. En 1850, l'intendant militaire spécifie "que les effets d'uniformes hors de service seraient vendus par le ministère d'un commissaire-priseur aux enchères publiques, mais que préalablement à la vente, la rangée des boutons serait enlevée aux Corsages des Tuniques et que les manches en seraient coupées à la hauteur des parements"²⁹. On retrouve ces uniformes rafraîchis, retailés en vestes ou teints dans le commerce. Alors que l'ambulancier ne vend que des vieux galons, des marchands comme Giroult proposent des tuniques complètes de garde nationale ou de sapeurs-pompier. D'autres font de ces uniformes réformés des vestes de travail, des chemises civiles, "des carricks des cochers de fiacre"³⁰, des "vêtements de cérémonie"³¹ ou encore des habits de ville empruntés du prestige martial. Enfin, des boutiquiers, comme Garnier ou plus tard Fortin, fournissent les théâtres, les peintres d'Histoire et les cirques en costumes militaires "propres à figurer toutes les armées européennes"³². Ainsi, les Domaines militaires assurent-ils à la friperie un approvisionnement régulier en uniformes.

26 Pour le vêtement civil, les grossistes trouvent dans les ventes judiciaires et volontaires opérées suite à des liquidations, des faillites ou des décès le moyen de se procurer des lots conséquents. Ces ventes, faites aux hôtels ou chez les particuliers, annoncées par voie d'affiche et par les *Petites Affiches*, s'opèrent quotidiennement et les grossistes y sont les principaux acheteurs³³. Viennent ensuite, par leur importance, les ventes des vêtements mis en nantissement au Mont-de-Piété. Elles sont essentiellement fréquentées par des marchands, au point que les particuliers ont à se plaindre de leur présence envahissante³⁴. Des châles aux blouses en passant par la garde-robe complète, le dépôt de vêtement est une pratique courante ; au milieu du siècle il représente 60 % des objets déposés³⁵. En 1883, alors que le vêtement est proportionnellement en recul, il s'en vend encore plus de 110 000. Les Domaines fournissent eux aussi quantité de lots au commerce de l'occasion. À chaque changement de saison, les hôpitaux parisiens organisent la vente de quantités énormes de vêtements en souffrance³⁶. Dès la Monarchie de Juillet, cela donne lieu à d'immenses attroupements de marchands de gros ou de demi-gros³⁷. L'administration des Douanes ou les hospices organisent, eux aussi, régulièrement des ventes considérables³⁸.

27 Enfin, dès avant les années 1830, le commerce en neuf et l'industrie de la confection fournissent leur lot de vêtements détériorés par les inondations ou les incendies, passés de mode ou comportant des malfaçons. Les faillites et les liquidations judiciaires de grands magasins de nouveautés jettent, elles aussi, des milliers d'articles dans le circuit de l'occasion. Lors des opérations de vente, on réserve à "messieurs les revendeurs et les grossistes" la primeur du choix³⁹. Au vu de l'importance des lots constitués par l'administration dans toutes ces ventes, seuls les marchands sont capables d'emporter la mise.

28 Les ventes parisiennes ne suffisent pourtant pas toujours à l'approvisionnement du marché de la capitale. En cas de pénurie, "il faut parcourir tous les divers quartiers de Paris", notent 27 fournisseurs du Temple dans une pétition adressée au Préfet en 1842, "et même assister aux ventes publiques soit en la capitale soit en Province" de façon à se procurer "des marchandises d'occasion"⁴⁰.

- 29 C'est cette structuration en commerce de gros, demi-gros et détail, qui a pour conséquence de permettre la spécialisation des marchands. À chaque transaction, le tri de la marchandise s'affine, ce qui explique la médiocrité de l'outillage observé. Plus les marchands sont prospères, plus le choix de la marchandise que leur offre ces réseaux permet de ne faire que de menus travaux. En outre, ces commerçants font appel aux teinturiers-dégraisseurs ou aux couturières, comme en attestent les créances des fripiers ainsi que la forte présence de ces métiers dans leur voisinage. Contrairement à l'image des fripiers ravaudeurs, ils ne restaurent et ne réparent que peu et s'apparentent à des commerçants bien plus qu'à des artisans.
- 30 Le commerce du vêtement d'occasion, tout en vivant d'un approvisionnement au gré des accidents privés ou commerciaux, de l'obsolescence et de l'usure, se structure en réseaux commerciaux, afin de se prémunir contre les aléas inhérents à cette activité ⁴¹.

Les échelles du commerce

- 31 Le commerce de l'occasion et *a fortiori* celui du vêtement se présente d'abord comme un commerce de subsistance, localisé dans l'espace de certains quartiers et fréquenté par une clientèle modeste. Aussi, n'est-on pas étonné de constater "l'habitude généralement répandue parmi les brocanteurs, ambulants ou en boutique, de se rendre chez le marchand de vin pour y traiter les affaires" ⁴². À plusieurs reprises des ordonnances de la Préfecture de Police interdisent les transactions "dans les salles des marchands de vins ou établissements de même nature" ⁴³, preuve de la permanence de cette pratique dans ces lieux de grande sociabilité. Les marchandes à la toilette, souvent plus fortunées, opèrent elles aussi à une échelle réduite. La veuve Delparte, dont les dettes commerciales ont été contractées pour la plupart dans la rue Nationale où elle exerce, en est un cas exemplaire. Comme nous l'apprend son dossier de faillite, l'achalandage de sa boutique est "constitué des seuls clients du quartier" ⁴⁴. Financièrement faibles et ne pouvant assumer ni publicité ni transports, ces commerçantes semblent prisonnières d'un réseau de relations restreintes.
- 32 Il convient pourtant de nuancer cette interprétation. Des centres réputés attirent une clientèle venue de tous les coins de Paris. C'est le cas du marché du Temple ou de la rue de l'École-de-Médecine. Lorsqu'en 1832 l'apprenti maçon Nadaud cherche à s'habiller dignement pour son retour au pays, c'est spontanément qu'il se rend au marché du Temple ⁴⁵. Ce commerce se divise en une multitude de boutiques disséminées desquelles émergent quelques grands pôles.
- 33 En 1857, un journaliste du *Figaro*, qui enquête sur le carreau du Temple observe que "presque toutes les boutiques arborent cette annonce : Fait des envois en Province et à l'étranger" ⁴⁶. Les marchands se constituent en effet une clientèle nationale. À titre d'exemple, le marchand Giroult "traite avec toutes les mairies des petites communes de France, pour habiller, à bon marché, les gardes nationaux" ⁴⁷ comme ses papiers de commerce en attestent ⁴⁸. Son cas rejoint celui des plus fortunés. Ainsi, le marchand Garnier qui possède dès 1833, "deux vaches de voitures, quatre malles [et] trois capotes en bois blanc", livrent sa clientèle en Province comme à Paris ⁴⁹. Les effets du marché parisien débordent sur le marché provincial et, lorsque la conjoncture change, les courants s'inversent. De fait, Paris joue un rôle central dans les échanges nationaux. Les fripiers qui annoncent des "envois en Province et à l'étranger", nous invitent à ne pas limiter notre vue aux frontières de la France continentale.
- 34 L'empereur d'Haïti, Faustin I^{er}, entreprend après son sacre en 1849 de former une armée. Les ressources financières du jeune Empire étant très insuffisantes, on fait appel au marché parisien du vêtement d'occasion. La fortune journalistique de cet épisode est considérable ; la presse souligne le caractère pittoresque de ces "négrîots enrégimentés", revêtus d'uniformes français ⁵⁰. Moins soucieux d'effets, l'auteur et éditeur Guillaumin interprète cet épisode comme une preuve du poids économique du secteur. "L'exportation, écrit-il dans son dictionnaire du commerce, achète une quantité considérable de ces vieux uniformes, parmi lesquels il peut s'en trouver de fort bons ; c'est ainsi qu'elle a écoulé à Saint-Domingue et au

Brésil les 200 000 tuniques de garde nationale, que les événements du 2 décembre laissent disponibles à Paris seulement, et qu'elle a équipé la garde d'honneur de Soulouque [Faustin I^{er}] avec la défroque de notre garde mobile"⁵¹. Les livres de compte des magasins militaires portent la trace de la réforme des habits militaires fabriqués en 1848 livrés aux circuits du commerce de l'occasion⁵². Si cette affaire frappe les esprits du temps, elle n'est pourtant exceptionnelle. Ordinairement, la France exporte massivement des vêtements en vieux de toute nature. Pour les seules jeunes États de l'Amérique Latine, et outre Haïti, le commerce de vêtements en vieux avec la France est considérable. Le *Tableau général du commerce*⁵³ dressé par les Douanes permet de mesurer l'importance internationale de ce négoce. Attentive à l'expansion de ce commerce, l'administration fiscale crée en 1834 la rubrique "vêtements en vieux" ou "vêtements supportés" pour faciliter le travail des Douanes. Cette rubrique n'est supprimée qu'à la fin des années 1870, lorsque se conjuguent affaiblissement des échanges et réforme des Douanes. Si l'on s'attache aux chiffres consignés, probablement bien inférieurs aux chiffres réels du fait de la difficile identification de cette marchandise, le poids de vêtements d'occasion passe de 50 tonnes en 1834 à 500 tonnes en 1848. On exporte alors autant de vieux vêtements que de vêtements neufs. Le volume des exportations atteint 1 260 tonnes en 1854 pour culminer à 1 838 tonnes en 1867, puis, malgré son relatif recul, on peut considérer qu'il demeure important jusqu'à la fin du siècle bien qu'il devienne impossible de distinguer le commerce de vêtements d'occasion du commerce de vêtements confectionnés. Les quantités énormes et l'extrême rentabilité de ces exportations signalent un commerce parfaitement structuré à l'échelle internationale. Triés avant d'être expédiés de nouveau, des vêtements en vieux venus de toute l'Europe affluent à Paris, place centrale de ce commerce international. Au premier plan des destinations de ces exportations, et loin devant l'Amérique Latine, viennent les pays industrialisés ou en voie d'industrialisation. Les pays européens, des États Sardes aux villes hanséatiques, et notamment les pays frontaliers, absorbent en effet tout au long du siècle plus de 60 % du volume de vêtements en vieux exportés par les marchands parisiens. Les exportations vers le reste de l'Europe et la Russie, vers l'Amérique Latine et la façade atlantique des États-Unis s'élèvent, elles, à 10 %. L'Afrique du Nord et le Sénégal apparaissent au début de la Monarchie de Juillet. Infimes en 1839, les quantités expédiées augmentent constamment grâce à l'ouverture de nouveaux marchés, notamment en Algérie qui en 1860 en capte à elle seule près de 5 %. Enfin, on trouve en dernière position et dès les années 1830 les Indes et 30 ans plus tard la Chine et le Japon. Cette géographie du commerce fripier révèle la capacité des marchands parisiens à se faire connaître et à prendre en charge le transport des marchandises à très grande échelle. Si, à l'évidence, ces exportations sont constituées à la fois d'uniformes et de vêtements civils, il reste délicat de déterminer leur nature pays par pays et d'en préciser la clientèle. Autant si l'Amérique Latine semble gourmande en uniformes, on peut inférer que les États Sardes, la Belgique ou la Suisse n'importent que des vêtements civils. Quoi qu'il en soit, le commerce de l'occasion se développe pour près de 90 % avec les pays importateurs de produits manufacturés en neuf ; les filières de l'occasion et celles du neuf paraissent constamment confondues et empruntent largement les mêmes réseaux de transport et de commerce.

35 Ainsi, au-delà du caractère anecdotique des achats de l'armée haïtienne, apparaît donc un commerce parisien fortement structuré et étendu à l'espace international comme national.

Publicité

36 En un temps où triomphent le prix-fixe, les grands magasins et la publicité, le commerce d'occasion peut sembler condamner à l'obsolescence en raison des formes commerciales qu'il revêt. Les marchands ambulants ne font en effet leur publicité qu'oralement et au prix de nombreuses déambulations. Les marchands avec étal ou en boutique ont encore essentiellement recours à l'éloquence gestuelle et orale. Ils se définissent eux-mêmes comme

des marchands “à la main”⁵⁴. La Préfecture de Police et le Conseil de Paris, soucieux de discipliner et de moderniser décident en 1865 l’interdiction “D’annoncer par des cris, la nature et le prix des articles de vente ; D’aller au-devant des passants pour leur offrir des marchandises, de leur barrer le chemin et de les tirer par le bras ou le vêtement”⁵⁵. Cependant dès avant cette contrainte administrative, les fripiers s’annonçaient par des prospectus, des placards publicitaires ou des cartes de visite. L’écrit ne remplace pas l’oral, il vient le compléter dès le début de la Monarchie de Juillet. Par ce recours à l’imprimé, ils tentent de capter et de fidéliser une clientèle occasionnelle⁵⁶. Après 1840, nombre d’entre eux usent de papier à en-tête dans leurs échanges commerciaux mais aussi de factures imprimées et d’affiches, particulièrement en fin de saison à l’époque des liquidations. Un nombre plus restreint fait sa publicité par l’intermédiaire d’annonces dans la presse locale et nationale et demande son inscription dans l’Annuaire Bottin-Didot du commerce et de l’industrie. Les fripiers établis savent nécessairement lire et écrire pour tenir le livre de compte exigé par l’administration. Ainsi s’explique la rapidité avec laquelle ils adoptent et maîtrisent les nouveaux procédés publicitaires. Le recours à la publicité accompagne la spécialisation de plus en plus marquée des boutiques. Dans la même logique, nombre d’entre eux s’inventent des noms plus séduisants que leurs simples patronymes : “Chez Beaumont” devient ainsi “À la grâce de Dieu”, “À la Redingote grise” désigne la boutique de Damard et celle de Giroult est baptisée “Au petit bénéfice”. En l’absence d’une législation particulière, les enseignes en saillies prolifèrent. Les conflits qui surviennent au cours de l’hiver 1842 entre les marchands et la Préfecture de Police à propos d’enseignes composées de “chapeaux, parapluies et vêtements qui obscurcissent les places et les allées”⁵⁷, illustrent l’importance que ces commerçants accordent à la publicité directe de leur commerce. Les pétitions adressées à l’Empereur à l’occasion du projet de nouvelles halles pour le marché du Temple par une partie des marchands dénoncent la présence prévue d’une “foule de petits couloirs découpés par de petits magasins que l’œil distrait du chaland ne saurait découvrir”. On lit dans ces pétitions que si la friperie “c’est la vente imprévue, le casuel, la fantaisie du promeneur”, il s’agit bien de “l’attirer par les marchandises qu’il n’avait pas d’abord l’intention d’acheter”⁵⁸. Qu’ils occupent des marchés ou des boutiques avec vitrines, ces commerçants semblent bien avoir intégré les codes et les exigences nouvelles de la modernité commerciale. Dans les années 1880, certains n’hésitent pas à utiliser l’électricité, alors même que la majorité des commerçants en neuf en devinent à peine les avantages publicitaires⁵⁹.

37 Dans le commerce d’occasion, les formes héritées du siècle précédent ne prévalent pas. Contre toute attente, les commerçants s’emparent largement des innovations techniques et commerciales du Second Empire. À l’instar du commerce en neuf, ils tentent de capter une clientèle de plus en plus mobile. Pour autant, quel que soit le mode de publicité, la nature du commerce n’est jamais dissimulée : le terme “d’occasion” n’apparaît pas encore comme systématiquement dépréciatif aux yeux de la clientèle.

Consommations

38 Acheter un vêtement au XIX^e siècle, et plus encore lorsqu’il s’agit d’un vêtement d’occasion, n’obéit assurément pas aux mêmes règles, ni aux mêmes besoins et désirs que de nos jours. Pour comprendre ce commerce, à la fois singulier et familier au XIX^e siècle, il est nécessaire d’interroger les gestes et les choix de sa clientèle.

Les termes du commerce

39 Dans son article du *Figaro*, Monnier décrit longuement pour ses lecteurs les transactions car, “l’art d’acheter au Temple exige un apprentissage”⁶⁰, tant le marchandage fait rage. De notoriété publique, indique-t-il, les marchands du Temple ont leur “système arithmétique” pour indiquer au commis les prix minimums à accepter. Au-delà de ces descriptions

pittoresques, il est certain que dans tous les marchés le geste et la parole accompagnent la vente ; c'est le verbe qui fait le chiffre. À la fin du siècle, et afin de se conformer à la nouvelle normalité commerciale définie par les grands magasins, quelques rares boutiquiers pratiquent le prix fixe et l'étiquetage article par article⁶¹. Symétriquement, les grands magasins se mettent eux-mêmes à jouer du marchandage en organisant de faux souks où l'on négocie longuement avec un commis enturbanné le prix des tapis orientaux⁶². Les boutiquiers, comme leurs factures en attestent, pratiquent la vente à tempérament⁶³. En outre, de la même façon que les grands magasins accompagnent leurs catalogues d'échantillons, les marchands de vêtement d'occasion favorisent l'accès tactile aux vêtements. Palper, manipuler et inspecter décide d'un achat. Les glaces et parfois les psychés, présentes chez tous les commerçants en boutique, répondent à cette nécessité d'essayer et d'apprécier des vêtements qui ne mentionnent pas encore de tailles. On juge sur pièce la nature et l'état de la marchandise en un temps où l'affichage des prix et des marques est encore réservé à une production de luxe.

40 Que le vêtement soit neuf ou de seconde main, les modalités d'appréciation sont sensiblement les mêmes. La coexistence de marchandises neuves et d'occasion dans les rayonnages de nombreuses boutiques et la frontière indistincte des activités professionnelles qui fait qu'un même marchand est alternativement "marchand d'habit", "brocanteur d'habit", "tailleur-brocanteur", "tailleur-fripiers" ou "tailleur" renforce cette absence d'identification de la marchandise d'occasion. De ce fait, l'apparente familiarité de ce commerce permet de penser qu'une clientèle diversement fortunée et aux attentes multiples fréquente ce commerce.

Un commerce au rabais ?

41 Si l'approvisionnement est pour l'essentiel le fait des grossistes, les boutiques n'en sont pas moins des lieux où l'on pratique aussi l'achat de vêtements aux particuliers. Au milieu du siècle Vingtras-Vallès, étudiant à Paris, porte comme un signe infamant de son provincialisme son paletot jaune. Las, il hèle un marchand d'habits qui lui donne "quarante sous de [cette] relique"⁶⁴. Cinq ans plus tard, Déguignet, ouvrier agricole tout juste engagé dans l'armée, cède ses vêtements devenus inutiles à un "tailleur-brocanteur" pour 50 francs alors qu'ils "valaient bien plus que le double"⁶⁵. Ces transactions léonines mettent en évidence la double fonction d'achat et de vente qui fait la particularité du commerce de l'occasion. Il est ainsi possible pour un particulier de revendre ses vêtements quand bon lui semble. Leur possession constitue dès lors une forme d'épargne. L'omniprésence des vêtements et des linges de maison dans les dots des mariés ainsi que la pratique du trousseau marquent bien l'importance patrimoniale du vêtement. Le vêtement, comme bien durable, est un investissement à long terme, au point que l'on retrouve encore de nombreux ensembles des années 1830 dans les ventes aux enchères du Second Empire⁶⁶. Le vêtement fait partie intégrante des héritages. Le Mont-de-Piété et la kyrielle de marchands qui gagent leurs prêts sur "tous vêtements, neufs et vieux, d'hommes et de dames"⁶⁷, témoignent de l'importance du phénomène. Les Parisiens ont facilement recours au marché de l'occasion, notamment du fait de l'instabilité des positions sociales d'une partie de la population. Les acheteurs sont-ils pour autant dans une situation de nécessité analogue ? Il faut remarquer que la situation de la clientèle est différente selon que l'on vend ou que l'on achète.

42 La littérature du XIX^e siècle présente le marché de l'occasion comme le "secours pour l'indigent"⁶⁸, ce que confirment les prix modestes pratiqués sur les marchés parisiens. Monnier, estime qu'un ouvrier peut trouver un ensemble complet d'occasion pour 40 sous⁶⁹, ce qui répond au souci encore constant à Paris de se vêtir convenablement. À l'image de la revente des uniformes de la garde nationale qui ouvre cette institution à une population de plus en plus large, le commerce de l'occasion offre à l'évidence un accès à la consommation vestimentaire à une population fragile. Encore faut-il souligner qu'à toutes les échelles les fripiers sont présents dans les zones de prospérité commerciale. En favorisant les transactions

de personne à personne, l'extrême pauvreté soustrait les vêtements usagés au commerce des fripiers. Si l'on en croit les prix annoncés par les prospectus et largement confirmés par les notaires et les experts lors des prisées, les vêtements en vieux se vendent le plus souvent entre 30 et 50 % de leur prix neuf. Mais si l'on considère des vêtements plus particuliers -- jaquettes, pantalons fantaisie, robes du soir ou vêtements d'enfants-- les rabais ne sont plus aussi conséquents. À l'instar des vêtements retailés dans les rebuts militaires ou remis à la mode, leurs prix avoisinent ceux du neuf. À la différence d'aujourd'hui, l'occasion n'est pas systématiquement synonyme de rabais. La distinction hiérarchique entre vêtements neufs et vêtements d'occasion est alors trop incertaine pour décider des prix.

43 Jouant sur les interrogations et les inquiétudes de l'époque, les publicistes présentent pourtant ce commerce sous un jour équivoque, favorable aux saturnales. En 1834, un moraliste y voit la cause possible du brouillage des hiérarchies sociales. Au marché du Temple, écrit-il, "se rencontrent et fraternisent les haillons du pauvre et la mantille de blonde qui gaza les épaules d'une duchesse, [...] le soulier de satin et le sabot de bois". Le marché de l'occasion lui apparaît comme une planche de salut pour la nouvelle bourgeoisie et ces "parasites, chevaliers d'industries, dont tout le crédit et tous les moyens d'existence reposent sur un habit décent"⁷⁰. Monnier voit lui aussi dans le marché de l'occasion la possibilité pour la petite bourgeoisie désireuse de "briller à peu de frais en société". Au-delà de leur contenu moral, ces descriptions indiquent la présence sur les marchés et dans les boutiques d'une clientèle diverse. La clientèle ne saurait en effet être réduite aux seuls Parisiens nécessiteux. La qualité des vêtements d'occasion et de leurs coupes ne répond pas au seul besoin de se vêtir. Le marchand Fribourg, installé rue de Paradis, ne vend-il pas des "gilets d'étoffes d'été", "des redingotes en drap noir", des "bottines de dames" ou encore des "châles en laine rayés" et des "robes de chambres tartan à carreaux"? Autant de vêtements destinés à une clientèle attentive à se bien vêtir jusque dans ses appartements. Une clientèle quelque peu fortunée fréquente donc régulièrement les boutiques des fripiers parisiens les plus prospères. À mi-chemin entre le tailleur et le fripier, on trouve sous la monarchie de Juillet des tailleurs-brocanteurs qui se consacrent à la remise "à neuf et au goût du jour". Schindler, ayant boutique rue de Valois-Batave, "remet à neuf toutes espèces d'habillemens d'homme et de dame, les vêtements les plus fatigués deviennent aussi beaux et font autant d'usage que le neuf". À l'aide de "boutons de fantaisie, de soieries, velours, peluches frisées ou tresses", il fait ce qu'on appelle alors pudiquement le "raccord"⁷¹. Le manuel Roret de 1828 considère que cette "chose si connue" qu'est le "raccord", doit être réservé au "clerc de notaire qui met un collet de velours à un vieil habit" et met en garde ses lecteurs contre ces "demi-nouveautés"⁷². On constate que les tailleurs même les mieux installés s'appliquent à faire durer les vêtements de qualité, quitte à les remettre au goût du jour. Si la bienséance condamne cette pratique, elle demeure pourtant largement présente dans la sphère domestique.

Choix vestimentaires et positions sociales

44 Le commerce du vêtement d'occasion est le témoin idéal des habitudes de consommation des différentes classes sociales parisiennes. Trop souvent, les historiens ont vu dans la prospérité de ce commerce l'illustration de la descente des modèles de consommation jusqu'au plus bas de l'échelle sociale. Suivant cette hypothèse, l'habit aristocratique passé de mode ou usé deviendrait le costume du domestique ou de l'ouvrier. Ce mouvement descendant accrédirait les théories sociales de l'imitation conçues par Gabriel Tarde⁷³. La théorie de McKendrick qui voit dans les domestiques du XVIII^e siècle des intermédiaires sociaux de la consommation, s'applique-t-elle au XIX^e siècle ?⁷⁴ Il échoit en effet à la pléthorique domesticité parisienne du XIX^e siècle nombre de vêtements délaissés par ses maîtres. Le raisonnement paraît séduisant, mais il présuppose, comme le note Patrick Verley, "des caractéristiques structurelles relativement contradictoires : un prestige important de l'aristocratie, une représentation

ancienne des hiérarchies sociales [...] d'une part, et d'autre part des pouvoirs d'achat populaires non négligeables"⁷⁵. En outre, cette transmission entre maîtres et domestiques procède du don ou du legs, étrangers aux circuits commerciaux. Si l'hypothèse paraît de prime abord pertinente, elle n'en éclaire pas pour autant les modes d'acquisition. Une autre hypothèse veut que la consommation populaire de vêtement d'occasion ait valeur d'initiation à l'achat de vêtements neufs⁷⁶. Or, comme nous l'avons vu, ces formes de consommation coexistent constamment au XIX^e siècle, jusqu'à ne pas être pas distinguées. Commerce de neuf et commerce d'occasion sont complémentaires ; l'un ne remplace pas l'autre.

45 L'analyse d'échantillons réduits de clientèle oblige à nuancer l'interprétation des mécanismes de cette consommation. Attirés par la population étudiante, des centaines de fripiers se regroupent dans le quartier de l'École-de-Médecine. Leur négoce permet aux étudiants de s'inventer des accoutrements faits d'emprunts. Leur revente fréquente autorise le renouvellement constant de la mode. La nature de la marchandise de ces fripiers révèle des modes propres à ce milieu restreint : si la redingote domine longtemps, c'est que la mode est successivement aux galurins, aux hauts-de-forme ou aux tubes. Le commerce de l'occasion livre aussi une multitude d'accessoires qui satisfont à la mode "troubadour" des années 1830 et permettent d'afficher ses opinions politiques par des accoutrements légitimistes ou des "vêtements de républicains modérés"⁷⁷. On achète des uniformes militaires pour en détourner le sens et on fait des trouvailles qui répondent à une constante quête d'originalité. Se vêtir devient un jeu qui recourt à l'emprunt plutôt qu'il ne sacrifie à l'imitation. Cela dit, les étudiants ne constituent qu'une faible partie de la clientèle des fripiers. Une majorité de la clientèle est composée de parisiens modestes.

46 Si ce commerce est fréquenté aussi bien par la petite bourgeoisie que par les étudiants, il n'en reste pas moins qu'il propose à une clientèle au pouvoir d'achat limité une liberté de choix que le neuf lui refuse. Les logiques qui président au choix et qui décident les gestes d'achat ne peuvent pas être expliquées par la seule nécessité. Des marchands comme Legrain, rue Phéliepeaux, vendent à bas prix des chemises de drap, des gilets et des vestons défraîchis qui peuvent satisfaire à la fois une clientèle d'étudiants et une clientèle d'ouvriers, d'artisans et de petits employés désireux de s'endimancher⁷⁸. On trouve pêle-mêle chez Delanoé, rue de l'École-de-Médecine, des vêtements du dimanche et des vêtements de tous les jours, tels que des blouses, des pantalons de toile, des guêtres, des bourgerons, des camisoles, des mouchoirs de force, des "corsages à manche pour marchand de vin" et des vêtements de cochers. Des outils d'occasion viennent compléter cette panoplie⁷⁹. En apparence, tout s'organise autour de la figure emblématique de l'ouvrier. Cependant les forts écarts de prix d'un même article, invite à décrire plus précisément cette clientèle. Les ouvriers du Quartier latin sont majoritairement des typographes, des graveurs ou encore des fabricants de bijoux, soit une population instruite et politisée. L'élévation de leur pouvoir d'achat leur permet de consacrer une part de plus en plus importante de leur budget au vêtement. Cette aristocratie du monde ouvrier, proprement parisienne, est extrêmement soucieuse de son apparence et affiche au quotidien comme sur les promenades publiques, son appartenance au monde ouvrier. Dès la Monarchie de Juillet, on peut lire les prémisses de ce processus. Nadaud, un des représentants de ces ouvriers instruits et soucieux de son apparence publique, indique qu'en 1832, "la blouse à collet bleu et rouge, serrée par une ceinture tricolore [était] la grande mode du temps"⁸⁰. Proche du monde étudiant, cette population s'invente et se pare à l'aide du marché de l'occasion des signes d'une identité ouvrière singulière et parisienne. Sans aucun doute, le poids considérable du marché parisien va permettre la diffusion de plus en plus large de cette identité vestimentaire et sociale. On le comprend, il ne s'agit plus ici d'une simple imitation des modèles bourgeois, mais bien, pour reprendre la thèse de Pat Hudson, de la construction d'une identité de groupe singulière⁸¹. Le phénomène devient plus lisible sous la Troisième République. En 1893, le journaliste de *La Paix* offre sans doute l'éclairage le

plus juste lorsqu'il écrit que "la clientèle du Temple comprend en grande partie des hommes qui travaillent manuellement la semaine, pour aller à l'atelier ; mais le dimanche, pour sortir, l'ouvrier d'industrie sortira en veston ou mettra un gros pardessus sur sa cote. Il n'a que faire d'une jaquette ou d'une redingote. Aussi, ces deux formes de vêtements que pourrait prendre l'employé de bureau besogneux, sont-elles rares sur le carreau du Temple. Personne n'en veut. Le veston, par contre, est admis dans la population laborieuse. Tel qui serait l'objet de risées s'il arrivait à son travail avec une redingote, même achetée au Temple, est considéré comme un *malin* s'il a pu se *renfrusquiner* avantageusement au Carreau" ⁸².

47 La circulation des vêtements par le biais du commerce de l'occasion participe tout au long du siècle à la constitution d'une identité de groupe. Ce phénomène ne s'observe pas uniquement dans le monde ouvrier et étudiant. Dès 1833, on trouve dans la luxueuse boutique des marchands Garnier tous les grands costumes des opéras à succès ⁸³. "Un costume grec composé de deux vestes en velours et drap d'or rouge et une cote en mousseline" côtoie un costume de "magicien", de "chevalier" ou encore "d'algérien". La présence en 1833 des costumes de Figaro en "soie noire garnie d'olive et broderie d'or fin" du *Barbier de Séville*, joué en 1819, ainsi que les habits de *Guillaume Tell*, joué en 1829, atteste du rôle de modèle que joue l'Opéra en matière de mode. Installée à proximité du magasin central du Théâtre Italien cette boutique achète régulièrement les milliers de costumes mis en vente par l'administration de l'Opéra. Ce commerce, repris par Fortin, dure jusqu'à la fin du Second Empire ⁸⁴. Le rôle de "législateur du goût" de l'Opéra dépasse la seule diffusion de modèles. Il se traduit par la circulation des vêtements eux-mêmes. De la même façon, la fréquentation des ventes aux enchères dont l'activité est considérable jusqu'en 1914 offre à cette clientèle aisée, l'occasion d'acheter des garde-robes complètes de demi-mondaines désargentées comme de familles anglaises en partance. Ce ne sont pas les prix élevés de ces costumes de qualité qui attirent la clientèle. L'achat ou la simple observation de garde-robes de personnalités du Tout-Paris permet à cette clientèle de s'approprier des modèles, sans crainte des fautes de goût.

48 Au XIX^e siècle, et plus particulièrement sous le Second Empire, le commerce de l'occasion intéresse une clientèle extrêmement diverse. Il participe par son importance et son rôle à faire de Paris la capitale de la mode où se définissent à la fois les modes bourgeoises et les signes vestimentaires de groupes sociaux particuliers comme les ouvriers ou les étudiants.

Du centre à la périphérie

49 L'annonce de la mort du commerce de l'occasion est pourtant récurrente dans la littérature journalistique et romanesque de la première moitié du XIX^e siècle. Il est tantôt décrit comme un vestige d'une économie archaïque, et tantôt comme un décor de bas-fond parisien. Dès la Monarchie de Juillet s'amorce en effet une mutation profonde des rapports de la société à ce commerce, ce qui conduit à une modification de sa position dans la ville.

La fin du bric-à-brac

50 À la fin de l'année 1834, des commerçants et des notables du quartier de la Cité portent une pétition à la Préfecture de Police demandant la suppression du marché de hardes et de bric-à-brac installé sur les terrains de l'évêché, le long de la partie méridionale de Notre-Dame. Il regroupe alors 204 marchandes. Dès 1835, la Préfecture de Police, "considérant que le Marché de Vieux-Linges et de Bric-à-brac établi le long de Notre-Dame présente un aspect hideux devant l'un des plus beaux monuments de la capitale et en entrave les abords", décide de son déplacement vers la Halle aux Veaux, quai de la Tournelle ⁸⁵. C'est en premier lieu l'aspect esthétique qui décide de l'intervention des autorités. Vitrine de la modernité française et ville touristique, la ville de Paris ne peut plus tolérer en son cœur des commerces informes et malpropres. Comme on le pressent en observant la gravure de Notre-Dame dans le prestigieux guide de Richard, *Le véritable conducteur parisien* publié en 1828, le monument

doit être épuré de son environnement social. Dépouillé de ses activités contemporaines, il peut prendre son caractère historique. Le projet est ainsi mené sous la double autorité de l'histoire et du tourisme. Si la Préfecture de Police est bienveillante envers les commerçants, l'aspect hétéroclite et grouillant de leurs étals dans les marchés, en fait aux yeux des Préfets des vestiges sociaux du Paris médiéval et populaire. La formalisation imposée à ces commerces, et notamment aux marchés, trouve ses racines dans cette appréhension de la ville et met en lumière une première mutation de la perception de ceux-ci. La réglementation *ad hoc* sur les enseignes, l'obligation de louer des places uniformément couvertes de toits goudronnés ou encore l'interdiction "d'alpaguer le chaland et d'entraver la circulation" sont autant de tentatives pour endiguer les débordements de ce commerce mais aussi pour le conformer à un idéal de la ville moderne. Les marchands eux-mêmes tentent de répondre à ces nouvelles exigences des édiles et des habitants.

51 Les habitants proches des marchés voient dans la présence de telles activités la menace d'une dévalorisation de leur quartier. Le danger de la population fréquentant ces marchés et les risques criminels et sanitaires dus à sa présence revient de façon récurrente dans la littérature et les pétitions. La question de l'hygiène rejoint alors celle de l'esthétique, d'autant que dès l'épidémie de 1832 elle s'accompagne de mesures qui désignent ce commerce comme une menace : interdiction du "colportage des hardes", mise en quarantaine et spectaculaires "fumigations au chlore" des stocks de vêtements en vieux et, enfin, surveillance exercée par la Préfecture sur les marchés spécialisés dans la fripe. La marchandise du carreau du Temple que l'on imagine alors de façon fantasmagorique venue d'Orient est désignée comme une des origines de l'épidémie ⁸⁶.

52 Lentement, les éventaires composés d'un bric-à-brac à l'aspect archaïque et repoussant sont évincés de la ville. Le marché de la Halle aux Veaux est ainsi déplacé six fois et, à partir 1853, on tente maintes fois de déplacer le bazar Fesq-Beauvau-St-Antoine ⁸⁷. Le remplacement du marché de la Place Monge par des plantations d'alignement ⁸⁸ ou encore les tentatives d'éviction de la fripe du marché d'Aligre sont eux aussi les symptômes d'un rejet de l'aspect et de la proximité de ce commerce. On retrouve ces préoccupations dans l'interdiction de plus en plus ferme pour les marchands ambulants de pénétrer dans les cages d'escaliers et les logements. Ainsi, dès le Second Empire, la sensibilité des habitants rencontre-t-elle les projets d'embellissement de la capitale, les mesures sanitaires et les intérêts des spéculateurs. Les boutiques inquiètent moins les riverains. Elles restent largement épargnées par cette mise en ordre de la ville.

Du vêtement à la dépouille

53 À la fin du siècle cependant, le nombre de boutiques a considérablement diminué, malgré leur relative adaptation aux nouvelles exigences commerciales. L'existence de la petite centaine de boutiques qui subsiste à Paris --contre quatre à cinq fois plus en 1860-- est mal assurée. Pour tous les publicistes, ce commerce paraît de façon général agonisant. En 1888, Maisondour résume dans le *Courrier des Halles* le sentiment de défiance grandissant face au commerce de l'occasion dans son ensemble et qui à terme le condamne : "aux grands bazars de la nouveauté [...] au moins on n'est pas surfait, la marchandise est affichée, ce qu'on y vend c'est flambant neuf ; on ne s'expose pas à endosser avec le vêtement les parasites des premiers possesseurs ! On peut enfin entrer de confiance dans ces grands magasins sans être racolé désagréablement par les vendeurs qui ne voient qu'une proie à saisir, qu'un acheteur à exploiter" ⁸⁹.

54 Dans les années 1870, la pratique du prix fixe se répand dans les commerces, même si une large part de la population et notamment la génération de la Monarchie de Juillet conserve l'habitude de marchander. Mais l'absence d'affichage de prix devient lentement synonyme d'escroquerie et d'inégalité, tant les ventes se font de façon discrétionnaire. Or, le commerce de l'occasion existe en partie grâce aux rabais et à l'élasticité des prix qu'il propose. En l'espace

d'un peu plus d'un demi-siècle, l'acte de marchander devenu archaïque, relègue du même coup le commerce d'occasion dans le passé.

55 La clientèle se détache ainsi lentement du commerce en vieux, pourtant si familier au XIX^e siècle. Cette distance croissante s'explique en outre par l'évolution des sensibilités par rapport à la marchandise elle-même. Tout au long du siècle, le premier propriétaire du vêtement n'est évoqué que pour rappeler le trouble qui touche les hiérarchies sociales. À partir des années 1870, le corps du premier propriétaire fait surface. S'attachant à décrire le commerce de l'occasion, on évoque dès lors, à l'instar de Maisondour, les relents de parfums, les parasites, le sang et, de plus en plus, les germes morbides fixés aux vêtements. Acheter en vieux revient à endosser les vêtements d'un autre. Nombre d'analystes n'hésitent pas à comparer les fripes à des dépouilles. À l'évolution des sensibilités aux odeurs et plus encore aux émanations corporelles s'ajoute la connaissance de plus en plus répandue des mécanismes de contagion. En 1898, le Dr Bunel peut ainsi écrire sans nuance qu'on vend au marché du Temple "les vieux chiffons, les vieilles hardes, les vieux linges, les vieux habits et les vieux tapis ramassés par le chineur ou triés de la hotte du chiffonnier, vieilles défroques vendues souvent après décès ou après maladie, n'ayant subi aucune désinfection, souillées et contaminées par les crachats tuberculeux, et les germes morbides de toute nature"⁹⁰.

56 Dès la fin du XVIII^e siècle, les suspicions se portent sur les dangers hygiéniques du commerce de l'occasion. Mais alors que longtemps demeurent les soupçons à l'égard du monde de la fripe, on se méfie désormais de la marchandise elle-même et de "l'immense quantité de poussières qui s'échappe des vieux habits"⁹¹. Les autorités soucieuses de ne pas troubler un commerce vivant et utile, et faute d'une connaissance suffisante de l'étiologie, interviennent peu. L'avènement des théories pastoriennes bouleverse sans conteste la donne. Ainsi, en 1881 le Mont-de-Piété fait l'acquisition d'une étuve et c'est en 1894 seulement que l'administration réglemente les ventes de "linges, hardes et objets de literie" dans les ventes publiques⁹². Si celle-ci tarde à contrôler ce commerce, les Parisiens, pour une large part, voient déjà dans le vêtement d'occasion une menace corporelle. La situation des commerces de la fripe est de ce fait incertaine.

57 Entre la Monarchie de Juillet et le Second Empire on repère de nombreux fripiers qui parviennent, après plusieurs déménagements, à s'installer au centre de Paris. La veuve Leconte, arrêtée en 1830 pour "brocantage illicite", réussit ensuite à s'établir confortablement rue de la Montagne-Sainte-Genève. Les fripiers prennent place dans la ville et, comme en témoignent leurs parcours, le commerce de l'occasion s'offre au milieu du siècle comme une voie possible de réussite. Ce n'est plus le cas dans les années 1870. Un marchand comme Oudard se tourne vers le commerce de l'occasion en 1879, après avoir contracté des dettes importantes en échouant dans la confection de vêtements pour homme⁹³. Après 1870, le commerce de l'occasion devient un pis-aller.

58 Lentement les commerçants désertent les lieux commercialement intéressants, à proximité des écoles ou dans les lieux de grand passage comme les gares. En 1862, on trouve encore par exemple dans un des hauts lieux du tourisme cosmopolite et un des plus fameux hôtels de Paris, une boutique de vêtements d'occasion. Le Grand Hôtel, ouvert sur les rues Scribe et Auber et sur le boulevard des Capucines, loue une de ses boutiques à un commerçant qui se déclare "brocanteur d'habit"⁹⁴. Il disparaît en 1872 ; sa présence incommode sans doute la clientèle de l'hôtel et la location d'un tel espace n'est plus à sa portée. De plus, le développement de la confection de vêtements en neuf dans ces quartiers force constamment les marchands d'occasion à une diminution des prix. Petit à petit, le vêtement d'occasion est dévalorisé par rapport au neuf, si bien que les articles bon marché de prêt-à-porter captent une part grandissante de la clientèle. En 1898, le Dr Bunel peut ainsi déclarer que "les maisons de crédit, les grands bazars, les grands magasins qui vendent partout du neuf, dans des conditions que nos boutiquières ne peuvent plus faire, et enfin sur les préventions assez justifiées que

doit avoir le public sur la manière de traiter les affaires” entraîneront “la mort certaine” du commerce de l’occasion ⁹⁵.

59 Les quelques rares boutiques qui parviennent à se maintenir dans Paris intra-muros se situent dans des quartiers comme celui de l’École-de-Médecine ou de Belleville où une clientèle subsiste. Une population mélangée, venue de tout Paris, vient encore y vendre ses vieux effets ⁹⁶. D’autres, qui vendent des costumes de scènes ou des pièces exotiques et qui s’apparentent à des commerces d’antiquités, se maintiennent. Le commerce de vêtements anciens --uniformes militaires du premier XIX^e siècle, complets du XVIII^e siècle ou encore robes attribuées à quelques comtesse-- reste florissant. Ici, les traces du temps ennoblissent le vêtement, de la même façon qu’aux yeux des experts les accrocs et les reprises sont pour un châte les signes de son authenticité ⁹⁷. Progressivement, le terme “d’occasion”, renvoyant au vieux, devient synonyme de marchandise en mauvais état et est de plus en plus nettement distinct du commerce d’antiquités. Alors que longtemps l’administration peine à distinguer la marchandise en vieux de celle en neuf, à la fin du siècle cette distinction entre le vieux, l’ancien et le neuf est établie à la fois par les clients et par les formes du commerce.

De l’occasion au costume

60 Le commerce du vêtement d’occasion disparaît donc lentement du paysage parisien ce qui n’annonce pas pour autant sa mort. Les communes tout juste annexées par Paris et plus encore la banlieue voient au contraire le plein essor de cette activité. Les marchés s’installent dans un premier temps dans les nouveaux quartiers de Belleville, Ménilmontant, La Villette ou Plaisance et au tournant du siècle gagnent la proche banlieue. Les communes de Saint-Ouen et de Montreuil cèdent ainsi de grands terrains pour l’installation de marchés de l’occasion ⁹⁸. Dans le même temps, les marchands occupent la “zone”, ce qui leur permet d’échapper peu ou prou à la législation et de s’établir à moindres frais. Le même phénomène peut être observé dans toutes les grandes villes. La marchandise de ces marchés périphériques ressemble étrangement au bric-à-brac des éventaires des années 1820-1830. Ils servent largement de refuge à des commerçants en difficulté ou à des ouvriers désœuvrés et sont essentiellement fréquentés par la population précaire des banlieues et des faubourgs. Mais parmi ces clients, de nouveaux consommateurs nourrissent l’espoir de trouver encore de quoi satisfaire à la mode du temps.

61 Cette évolution paraît se stabiliser, dès lors qu’au début du XX^e siècle, les quelques marchés et boutiques de l’occasion restées dans Paris ou récemment installées en banlieue deviennent pour la bourgeoisie parisienne un motif de promenade dominicale. La mise à distance est alors suffisamment marquée pour que la fréquentation de ces marchés --comme la visite à la foire aux jambons-- ne soit plus incommode. On se met à chiner dans ces boutiques et ces marchés périphériques dans l’espoir de dénicher l’objet rare ou unique. L’éloignement devient gage d’authenticité. Marcelle Tinayre, dont les escapades la mènent “tout le matin chez les antiquaires et tout l’après-midi chez les brocanteurs” et qui se réclame du Cousin Pons, illustre de façon exemplaire cette pratique. Elle et son amie finissent leur circuit “par des boutiques de bric-à-brac à Plaisance, des boutiques puantes et noires, habitées par des auvergnats sales et bourrus ou par des Juifs, Polonais sales et câlins”. “Malgré le plâtre et l’araignée, malgré la mauvaise odeur des boutiques et la roublardise des marchands sordides, je me suis amusée infiniment”, écrit-elle. “J’ai retrouvé cette petite fièvre que j’aime, ce plaisir de la chasse et de la découverte que les collectionneurs passionnés préfèrent à tous les autres”. On chine au plus loin de Paris, chez “ces vieux marchands de province qui sont amoureux de leurs bibelots [et] déplient les vieilles soies comme s’ils déshabillaient une maîtresse fantôme [car] chez eux rien n’est bon marché, mais rien n’est faux”. On prend ainsi plaisir à “déplacer tant de guéridons, tâter tant de vieux jouy et de vieux brocarts” ⁹⁹. Les antiquaires du boulevard Haussmann ou du quai Voltaire, attentifs à cette évolution, proposent dès les

années 1890 des soieries, des étoffes et des dentelles anciennes ainsi que des costumes anciens découverts en Bretagne ou en Chine ¹⁰⁰. Le plaisir d'habiller ses appartements des oripeaux de l'histoire prime sur les considérations hygiéniques. La bourgeoisie parisienne, par l'entremise des antiquaires, peuple ses intérieurs et ses soirées déguisées de costumes historiques et parfois "d'authentiques uniformes des armées napoléoniennes" ¹⁰¹. C'est le temps de la brocante --au sens contemporain du mot-- et des antiquaires. Le vieux, partiellement sorti du commerce utile et du paysage urbain pour une majorité de Parisiens, offre désormais le plaisir de l'exotisme et de l'authenticité des objets anciens ennoblis par le temps.

* * *

62
63

Aujourd'hui clairement distinct du commerce de neuf comme de celui des antiquités et de la brocante, le commerce de l'occasion est, au XIX^e siècle, à la fois omniprésent et parfaitement intégré au paysage commercial. Loin d'être un commerce marginal et informel, il s'inscrit pour partie dans les grandes mutations commerciales du siècle. Par les modalités d'appréciation et d'achat, il apparaît pour le consommateur, jusque dans les années 1880, comme un commerce familier et indistinct. Si dès la Monarchie de Juillet, les marchands de hardes et les marchands ambulants commencent à disparaître, les marchands spécialisés et forts d'une clientèle socialement diverse prospèrent sous le Second Empire. La construction des catégories de l'occasion et du vieux, de plus en plus déprécié, s'élabore sur une distinction à la fois par rapport au neuf et par rapport à l'ancien. On ne saurait sans doute pas comprendre le triomphe alors proclamé de la nouveauté sans saisir qu'il se construit sur cette opposition au vieux.

68

Désuétude, obsolescence et usure jettent des objets dans les circuits de l'occasion. Pour autant, les circulations esquissées ici ne sont pas les matérialisations de simples logiques d'imitation. Des processus complexes de choix y sont perceptibles, entre appropriation et élaboration identitaire.

69

L'étude des consommations au XIX^e siècle croise constamment le commerce de l'occasion. Loin d'être cantonné au seul commerce du vêtement en vieux, il concerne l'ensemble des biens de consommations et de productions, de la nourriture aux machines, en passant par les matériaux de construction. Il est un fait central des modes de consommation, sans lequel le fonctionnement du commerce en général reste illisible, et nous informe sur le dialogue qu'entretient une époque avec le temps.

70

Alors qu'est aujourd'hui réévalué le rôle de la multitude des formes de circulation des objets dans l'économie ¹⁰², l'histoire du commerce de l'occasion reste à écrire. En un siècle où triomphe dans le même temps la nouveauté et l'histoire, il est un lieu privilégié de l'observation de la consommation.

72

Manuel Charpy est assistant moniteur normalien à l'université François Rabelais de Tour

Notes

1. Krzysztof POMIAN, *Sur l'histoire*, Paris, Éditions Gallimard, 1999, p. 228. Qu'il me soit ici permis de remercier les premiers lecteurs de ce texte et tout particulièrement Michel Vernes.

2. G. BENOÛ dans son *Code et manuel du commissaire-priseur*, Paris, D'Ocagne, 1835, recommande de considérer si l'objet est "détérioré, s'il est à la mode [ou] s'il a encore de la valeur dans le commerce" ; en pratique le prix synthétise toutes ces informations.

3. Dominique POULOT, "Une nouvelle histoire de la culture matérielle ?", dans *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, avril-juin 1997, pp. 344-357.

4. Voir Jean-Paul ARON, "Débris", dans *Le mangeur du XIX^e siècle*, Paris, Éditions Michel Laffont, 1973, 365 p. ; ou Frédéric BARBIER, "Bouquinistes, libraires spécialisés" dans Roger CHARTIER et Henri-Jean MARTIN [dir.], *Histoire de l'édition française*, tome 3, *Le temps des éditeurs, Du Romantisme à la Belle Époque*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1990.

5. "Les modes et la politique/Ont cent fois rempli ma boutique" déclare ainsi le marchand d'habits du chansonnier Béranger sous la première Restauration. "Vieux Habits ! Vieux Galons ! réflexions morales et politiques d'un marchand d'habits de la capitale", dans *Chansons de P.-J. Béranger, 1814-1835*, édition elzévirienne, Perrotin, 1861. On retrouve ce thème dans de nombreuses caricatures, dont *Le marchand d'habits* dessiné par Daumier en 1840.
6. Arch. préf. de police (archives de la préfecture de police de Paris) de Paris, Certificats d'indigence, papiers isolés.
7. Jean-Clément MARTIN, "Le commerçant, la faillite et l'historien", dans *Annales, Économies, sociétés, civilisations*, 1980, pp. 1258 et suivantes.
8. Arch. de Paris (archives de Paris), D11U3/126. Dossier de liquidation judiciaire, 11 avril 1850.
9. Arch. préf. de police, DA 178, rapport, 1837.
10. Arch. préf. de police, DA 307.
11. *La France*, 23 mars 1877.
12. Philippe PERROT, *Les Dessus et les dessous de la bourgeoisie, une histoire du vêtement au XIX^e siècle*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1981, pp. 69-92.
13. *L'Illustration*, n° 233, 14 août 1847.
14. Voir notamment les photographies des rues des Prêtres-Saint-Séverin (1899) et des Anglais (1902).
15. Arch. nat., ET/XXIX/1107. Inventaire après décès, 11 novembre 1845.
16. Arch. de Paris, D11U3/137. Dossier de faillite n° 9954, 19 juin 1851.
17. Arch. de Paris, Fond UPF (Union photographique française). Une photographie de la rue de l'École de Médecine (3Fi11436) montre l'enseigne du fripier Blancard qui porte : "Maison fondée en 1855. Réelles occasions, grand choix de Marchandise à très bas prix".
18. Arch. nat., ET/XLIII/880. Inventaire après décès, 17 septembre 1849.
19. Arch. de Paris, 10 AZ 328.
20. Arch. de Paris, D1P4. Calepin du cadastre, rue de l'École de Médecine, 1852.
21. Sur cette pratique, voir Philip T. HOFFMANN, Gilles POSTEL-VINAY et Jean-Laurent ROSENTHAL, *Des marchés sans prix. Une économie politique du crédit à Paris, 1660-1870*, École des hautes études en sciences sociales, 2001, pp. 295 et suivantes. En 1854, le marchand Legrain est ainsi débiteur du banquier Sinet comme en atteste son dossier de faillite.
22. Arch. de Paris, D14U3/1. Dossier de liquidation judiciaire n° 539, 23 mars 1849.
23. Statistique de l'industrie à Paris résultant de l'enquête faite par la chambre de commerce pour les années 1847-1848, Paris, Guillaumin et Cie, 1851, "Vêtement".
24. Arch. nat., ET/XLIII/880. Inventaire après décès, 17 septembre 1849.
25. Arch. nat., ET/XXXVII/612. Inventaire après décès, 13 juillet 1850.
26. La presse du XIX^e siècle néglige de décrire les circuits d'approvisionnement. Daniel Roche ou Philippe Perrot ne retiennent étrangement que ces seules hypothèses ; voir Daniel ROCHE, "Du vol à la revente : un autre aspect de la diffusion des vêtements", dans *La culture des apparences. Une histoire du vêtement XVII^e-XVIII^e siècle*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1989 ; et Philippe PERROT, "Ravitaillement traditionnel et essor de la confection", ouv. cité.
27. Arch. de Paris, DQ10/369 et 370.
28. *Ibidem*.
29. Arch. de Paris, D3R4/20. Lettre 39.
30. Ils sont confectionnés "avec des débris de capote de la troupe de ligne" par Bienfait qui en fait sa spécialité ; voir Albert MONNIER, "Le Temple. Étude de mœurs parisiennes", dans *Le Figaro*, n° 217, 15 mars 1857.
31. "Un tailleur prit nos mesures et nous tailla des vêtements de cérémonie dans des habits de réforme de la troupe [...] mon habillement se trouva être en beau drap noir", se souvient Norbert TRUQUIN dans *Les aventures d'un prolétaire à travers les révolutions*, Paris, Éditions Maspéro, 1977, pp. 47 et suivantes.
32. Bibl. hist. de Paris (bibliothèque historique de la ville de Paris), Actualité/120. Habillement. Publicité du marchand Fortin, vers 1845. Cabinet des Estampes du Musée

- Carnavalet, publicité de Jallais, 20, rue de Bruxelles, “Curiosité, antiquité, spécialité d’armes, coiffures, costumes militaires de toutes les époques. Location pour MM. les artistes”, vers 1870.
33. Arch. de Paris, D1E/93-115. Archives des commissaires-priseurs.
34. Arch. du Mont-de-Piété (archives du Mont-de-Piété), Carton 58. Liasse 1.
35. Arch. du Mont-de-Piété, Cartons 13 et 60.
36. Arch. de l’Assistance publique et des hôpitaux de Paris. Comptes généraux des hôpitaux et hospices civils, 2M/1-30.
37. Arch. préf. de police, DB371, Note du préfet Delessert, 24 octobre 1845.
38. Bibl. hist. de Paris, Actualité/120. Comptoirs des ventes.
39. Bibl. hist. de Paris, Actualité/120. Habillement. Liquidations diverses.
40. Arch. préf. de police, DB371, Pétition, 12 mars 1842.
41. Tout en se défiant de rapprochements hâtifs et peu pertinents, il convient de noter que ces interrogations sur la nature de ce commerce empruntent sur bien des points à celles mis en œuvre par les études économiques sur le tiers monde. On verra à ce propos l’efficace synthèse de Bruno LAUTIER, *L’économie informelle dans le tiers monde*, “Repères”, Paris, Éditions La Découverte, 1994, 125 p.
42. *Ouvriers des deux mondes*, Société Internationale des études pratiques d’économie politique, Paris, 1856-62, “Enquête n° 34. Auvergnat Brocanteur en boutique à Paris”.
43. Arch. préf. de police, DB371. Courrier de 1853 et ordonnance n° 35, décembre 1865.
44. Arch. de Paris, D11U3/610. Dossier de faillite n° 10276, 23 septembre 1868.
45. Martin NADAUD, *Léonard, maçon de la Creuse*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, p. 71.
46. *Le Figaro*, art. cité.
47. *Idem*.
48. Arch. de Paris, 10 AZ 328.
49. Arch. nat., ET/XXXII/336. Inventaire après décès de M. et Mme Garnier, 22 avril 1833. La marchandise et le mobilier industriel sont évalués à la somme considérable de 8 185 francs.
50. Albert MONNIER, “Le Temple...”, art. cité.
51. *Dictionnaire universel théorique et pratique du commerce et de la navigation*, Paris, Guillaumin, 1859-1861, “Vêtements confectionnés”, pp. 1759 et suivantes.
52. Arch. de Paris, D3R4/21, Lettres de l’intendant n° 2510 et suivants.
53. *Le Tableau général du commerce de la France avec ses colonies et les puissances étrangères*, Direction générale des douanes et des contributions indirectes, Paris, Imprimerie Royale puis Impériale.
54. Arch. préf. de police, Pétition du 16 avril 1866.
55. Arch. préf. de police, DB371, Décembre 1865.
56. Arch. préf. de police, DB371, “Contre la distribution d’imprimés indiquant magasins et boutiques au Marché du Temple”, ordonnance du 17 novembre 1842.
57. Arch. préf. de police, DB371, Courrier du 24 janvier 1842.
58. Arch. préf. de police, DB371, Pétition du 16 avril 1866.
59. Arch. préf. de police, DA723, Courrier du 14 octobre 1885 de Mme Duval demandant l’autorisation de faire “usage de la lampe électrique, système Radiguet” dans son emplacement au carreau du Temple.
60. Albert MONNIER, “Le Temple...”, art. cité.
61. Blancard, rue de l’École-de-Médecine, en use au début du XX^e siècle ; voir Arch. de Paris, Fond UPF.
62. Cabinet des estampes du musée Carnavalet, Mœurs/Grands magasins.
63. Arch. de Paris, 10 AZ 328, Factures de Giroult à l’adresse du maire d’Hesdin (Pas-de-Calais).
64. Jules VALLÈS, *Le Bachelier*, Paris, Éditions Garnier/Éditions Flammarion, 1970 (1^{ère} édition 1881), p. 64.
65. Jean-Marie DÉGUIGNET, *Mémoires d’un paysan bas-breton*, Éditions An Here, 2000, pp. 122 et suivantes.

66. Arch. de Paris, voir D42E3-D60E3, archives des ventes judiciaires.
67. Le Crédit municipal chasse constamment ces marchands qui pratiquent l'usure et en dresse régulièrement la liste. Arch. Mont-de-Piété, Carton 13, Liasse 2.
68. Albert MONNIER, "Le Temple....", art. cité.
69. *Idem*.
70. *Nouveau tableau de Paris au XIX^e siècle*, Paris, Mme Charles-Béchet, 1834, "Le marché aux vieux linges", pp. 352 et suivantes.
71. Bib. hist. de Paris, Actualité/120, Tailleurs, 1800-1850, Publicité du commerçant Schindler.
72. "Des raccords", dans *Code de la toilette, manuel complet d'élégance et d'hygiène, contenant les lois, règles, applications et exemples, de l'art de soigner sa personne, et de s'habiller avec goût et méthode*, Paris, Roret, 1828, chapitre 4.
73. Gabriel TARDE, *Les lois de l'imitation*, Paris, Librairie Félix Alcan, 1890.
74. "The Commercialization of Fashion", dans Neil McKENDRICK, John BREWER et John Harold PLUMB, *The birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth Century England*, Londres, Europa Publications, 1982.
75. Patrick VERLEY, *L'échelle du monde, Essai sur l'industrialisation de l'Occident*, Paris, Éditions Gallimard, 1997, pp. 149 et suivantes.
76. *De la fibre à la fripe : le textile dans la France méridionale et méditerranéenne (XVIII^e-XX^e)*. Actes du colloque organisé par le Centre d'histoire moderne et contemporaine de l'Europe méditerranéenne et de ses périphéries de l'Université Paul Valéry-Montpellier 3, 21-22 mars 1997, Montpellier, Université Paul Valéry-Montpellier 3, 1998, 545 p.
77. Jules VALLÈS, *Le Bachelier*, ouv. cité, pp. 208 et suivantes ; voir Jean-Claude CARON, "Uniforme(s) étudiant(s) ?", dans Jean-Claude CARON, *Génération romantiques. Les étudiants de Paris et le Quartier latin (1814-1851)*, Paris, Éditions Armand Colin, 1991, pp. 169 et suivantes.
78. Arch. de Paris, D11U3/171. Dossier de faillite n° 11342, 17 novembre 1854.
79. Arch. de Paris, D11U3/392. Dossier de faillite n° 324, juillet 1862.
80. Martin NADAUD, *Léonard...*, ouv. cité, pp. 71-72.
81. Pat HUDSON, *The Industrial Revolution*, Londres/New York/Melbourne/Auckland, Edward Arnold, 1992, 244 p.
82. "Paris vécu. Le carreau du Temple", dans *La Paix*, 4 janvier 1893.
83. Arch. nat., ET/XXXII/336. Inventaire après décès de M. et Mme Garnier, 22 avril 1833.
84. Aux archives nationales, la série AJ/13 permet de retrouver les traces de ces ventes et notamment le carton AJ/13/567 qui contient les annonces et organisations des ventes en 1856 et en 1860 "par suite de réforme d'environ 10 000 costumes en coton, soie, laine et velours". Aux archives de Paris, les registres du commissaire-priseur M^e Charpentier porte les noms des acheteurs ; enfin, les cartons DQ12/5 et 95 décrivent précisément la marchandise mise en vente.
85. Arch. préf. de police, DA718.
86. *Journal des commissions sanitaires établies dans le département de la Seine...*, Préfecture de Police, 1832, n° 2.
87. Arch. préf. de police, DB373.
88. Dans *La France*, 23 mars 1877.
89. "Les Marchands du Temple", dans *Le Courrier des Halles*, 5 août 1888.
90. Dr BUNEL, *Projet de réorganisation du Temple*, Rapport au Préfet, 29 avril 1898.
91. Arch. préf. de police, DA718. Courrier du 30 avril 1866.
92. *Conseil d'hygiène publique et de salubrité du département de la Seine, Rapport sur les ventes de Linges, Hards et Objets de Literie à l'hôtel des Commissaires-priseurs*, Paris, Préfecture de Police, 7 décembre 1894.
93. Arch. de Paris, D11U3/1020. Dossier n° 10761, 6 septembre 1881. Faillite de Oudard, 141, boulevard Magenta.
94. Arch. de Paris, D1P4. Rue Scribe, 1862.
95. Dr BUNEL, *Projet de réorganisation du Temple*, ouv. cité, p. 2.

96. Les quelques livres de compte de familles parisiennes conservés aux archives nationales, permettent de voir que jusque dans les années 1880, la petite bourgeoisie continue à se débarrasser de ses vieux habits grâce aux fripiers. Elle ne leur achète plus rien. Voir notamment arch. nat., AB/XIX/3496, familles Bernard et Dujardin.

97. *Rapport de l'Exposition universelle de 1867 à Paris*, 35^e classe, Habillement, Paris, 1868.

98. Archives communales de Saint-Ouen, AR/2706 ; archives départementales de Seine-Saint-Denis, DM6 3/3.

99. Marcelle TINAYRE, *Madeleine au miroir. Journal d'une femme*, Paris, Éditions Calmann-Levy, 1912, "L'antiquaille" pp. 91 et suivantes.

100. Le Bottin-Didot signale plus d'une quinzaine d'antiquaires spécialisés dans la vente et l'achat de tissus, de tapisseries ou de costumes anciens à partir des années 1890 ; voir Didot-Bottin, *Annuaire et almanach du commerce, de l'industrie, de la magistrature et de l'administration*, Paris, Éditions Firmin Didot frères, années 1890.

101. Publicité de Fortin, Bib. Hist. de Paris, Actualité/120, Habillement. On consultera en outre, ventes de "costumes historiques de l'époque Louis XV et Louis XVI" diligentées par M^e Ridet : arch. de Paris, D42E3/30-50.

102. On verra notamment l'étude de Jean-Luc MARAIS, *Histoire du don en France de 1800 à 1939. Dons et legs charitables, pieux et philanthropiques*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 1999, 409 p.

Pour citer cet article

Référence électronique

Manuel Charpy, « Formes et échelles du commerce d'occasion au XIX^e siècle. L'exemple du vêtement à Paris. », *Revue d'histoire du XIX^e siècle* [En ligne], 24 | 2002, mis en ligne le 20 juin 2005. URL : <http://rh19.revues.org/index373.html>

Droits d'auteur

Tous droits réservés

Résumé / Abstract

Cet article s'attache à décrire les structures du commerce de vêtement d'occasion dans le Paris du XIX^e siècle. Largement négligé par les historiens du commerce et de l'économie, notamment du fait de la dispersion des archives, son étude apparaît cependant nécessaire, tant au regard de son omniprésence que de son importance quantitatives. En outre, elle permet de dessiner une histoire des consommations qui ne soit pas rabattue sur celle de la production. Loin d'être un commerce informel, croissant dans les interstices de l'économie instituée, il se révèle construit sur des circuits d'approvisionnement permanents et structurés, qui passent notamment par les ventes des Domaines militaires ou du Mont-de-Piété. Cette structure en marché de gros, demi-gros et détails, permet aux commerçants de vêtements d'occasion d'accéder aux marchés européens comme à ceux d'Amérique Latine. Usant des techniques commerciales modernes, il ne s'apparente pas à un commerce au rabais réservé seulement à une clientèle nécessiteuse et offre une large variété d'article. Ce commerce apparaît en outre comme un espace d'observation indiqué pour observer les processus sociaux de la construction des modes et des identités de consommation et de saisir la consommation par la circulation des objets, les changements successifs de natures et de propriétaires. Son recul à partir des années 1870 ne peut plus alors s'expliquer par sa prétendue inadaptation aux mutations commerciales.

C'est bien plus le changement des sensibilités à l'égard qui conduit à la différenciation des circuits comme des clientèles des commerces de l'occasion, du neuf et de l'ancien.

Mots clés : Paris, Commerce, Histoire économique, Histoire sociale, Histoire urbaine

Forms and Scales of Second-hand Market in the Nineteenth-Century: case-study of Clothes in Paris.

This article intends to describe the structures of second-hand clothes business in 19th-century Paris. Although it has been largely neglected by the historians of commerce and economy, particularly because archives are so scattered, it seems necessary to study this topic in view of its omnipresence and of the quantities it involved. Moreover, it provides an opportunity to sketch out a history of expenditure that is not based on the history of production. Far from being an informal business that would have grown in the spare spaces left by the instituted economy, it proved to be based on permanent and structured supplying networks, notably involving sales of military Domains or Pawnbrokers. This wholesale trade and retail market structure allowed second-hand clothes shopkeepers to reach the European markets as well as the Latin American ones. This commerce used modern commercial techniques, and was nothing close to a cheap commerce reserved only for necessitous customers; it offered a wide range of goods. What is more, this commerce seems to be a relevant field of research in order to examine the social process of creation of consumption patterns and identities and to understand the consumption in the light of the circulation of goods, with the successive changes of owners and changes in the use of the items. Consequently, its decline from the 1870s can no longer be explained by its alleged failure to adapt to commercial transformations. Rather, it was the change of sensibilities that lead to the differentiation of networks and customers of second-hand, antiques and new clothes commerce.

Licence portant sur le document : Tous droits réservés