

## **Le travail indépendant dans le petit commerce et l'artisanat, 1830-1930**

Peter Heyrman (KADOC-KU Leuven)

### Summary

When studying the multifaceted notion of labor during the period 1830-1930, it would be a deficit to reduce the concept of work to its manifestations linked to remuneration. Our contribution, conceived as a review, aims to shed light on self-employed or independent work, especially that of craftsmen and retailers. The primary focus of our analysis is on Belgium, but with a comparative perspective on France. After sketching the quantitative evolution of these groups during the period studied, we try to interpret the specificity of self-employment in retail trade and crafts by exploring the determining contextual factors: family, business, space and community. We also aim to clarify how the imagery linked to independent labor became embedded in powerful social discourses. Despite their obvious heterogeneity, the French and Belgian small entrepreneurs in crafts, retail trade and other services were often represented as one social category, and this under various and often weighty labels. All this clearly influenced the ways in which their interests were both voiced and received on the socio-political forum.

Mots clés : travail indépendant ; petit commerce ; artisanat ; distribution

## Le travail indépendant dans le petit commerce et l'artisanat, 1830-1930

Peter Heyrman (KADOC-KU Leuven)

Sous le titre '*Terres de travail*', ce dossier aborde les différentes facettes du travail en Belgique et dans le nord de la France dans la période 1830-1930. Compte tenu de cette ambition, il convient de ne pas réduire le concept de travail à ses manifestations liées à la rémunération. Notre contribution, conçue comme un article de synthèse, se concentre sur le travail indépendant, notamment celui des artisans et des détaillants. Ce secteur recouvre des professions très diverses, donnant accès à une réalité sociale morcelée, même fourmillante. Il est important de mettre en lumière cette réalité, ne serait-ce que pour attester que pendant la période étudiée, à côté des grandes entreprises industrielles, il y avait toujours une masse de petites unités se consacrant au commerce de détail, à la production artisanale et à des services divers. Nous esquissons d'abord l'évolution quantitative de ces groupes au cours du siècle traité. Ensuite, nous essayons d'interpréter la spécificité du travail indépendant dans le commerce de détail et l'artisanat en rendant plus explicites les facteurs contextuels déterminants : la famille, l'entreprise et la communauté. Nous voulons également montrer comment l'image du travail indépendant est tributaire de discours sociaux, ancrés dans l'imaginaire social jusqu'à nos jours. Notre analyse se concentre principalement sur la Belgique, mais avec une perspective comparative sur la France, étant donné la fertilisation croisée évidente entre ces deux espaces. Le petit commerce et l'artisanat se situent à l'interface entre industrie et commerce. Leur classement dans l'une des deux catégories, comme par exemple dans les recensements et statistiques contemporains, semble donc quelque peu artificiel. Les boulangers, par exemple, étaient considérés comme des artisans, les bouchers généralement comme des commerçants de détail. Les charcutiers, en revanche, étaient des artisans. Le classement des coiffeurs et des entrepreneurs dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés variait entre commerce, services et professions soi-disant « diverses ». Malgré cette hétérogénéité sectorielle et les importantes différences dans cet entrepreneuriat indépendant en termes de formation, contenu professionnel, revenu moyen et position sociale, les travailleurs indépendants de l'artisanat, du commerce de détail et des services ont souvent été représentés, aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, comme un seul groupe ou une seule catégorie sociale, et cela sous des noms différents, allant de « métiers et négoce » à « petite bourgeoisie (commerciale et artisanale) », « petit commerce et artisanat », ou même « classes moyennes », un terme lourd de sens<sup>1</sup>.

Bien que les historiens aient montré un certain intérêt pour ces groupes, de nombreux aspects de leur travail restent sous-étudiés. Le manque de bonnes études sectorielles est évident. Même l'artisanat et la distribution alimentaire, un secteur qui a déjà fait l'objet de nombreuses études, manquent d'une bonne vue d'ensemble. Il est en effet frappant de voir comment l'historiographie économique, à l'instar d'Alfred Chandler (1918-2007), a lié la modernisation de l'économie aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles presque exclusivement à la montée et à l'expansion de la

---

<sup>1</sup> L. MOULIN et L. AERTS, « Les classes moyennes. Essai de bibliographie critique d'une définition », *Revue d'histoire économique et sociale*, 1954, p. 168-186 et 293-309 ; W. DUMON, *De middenstand als sociologische categorie. Een explorerend onderzoek naar het middenstandsbeeld*, Leuven, Nauwelaerts, 1963.

grande entreprise industrielle<sup>2</sup>. Seuls quelques auteurs ont souligné la persistance de l'entreprise familiale au cours des siècles passés et ont préconisé des recherches plus approfondies sur son impact sur la prospérité, l'emploi, l'innovation etc.<sup>3</sup> Comme le suggère Claire Zalc, les réticences à entreprendre une histoire du petit patronat s'expliquent probablement, en partie, par le dénigrement social et politique dont celui-ci a fait l'objet<sup>4</sup>.

Contrairement au désintérêt de l'historiographie économique, la science politique a accordé une attention particulière aux classes moyennes commerçantes et artisanales. Quelque peu dans l'ombre des modèles marxistes, de nombreux chercheurs en sciences sociales et en histoire ont examiné la façon dont elles se sont organisées à partir du XIX<sup>e</sup> siècle. Ces groupes présentaient un projet politique déviant et ambigu, désigné selon la perspective historiographique comme conservateur, populiste ou réactionnaire. Leurs positions et alliances politiques ont initialement été étudiées principalement en relation avec la genèse du fascisme<sup>5</sup>. La discussion concernant l'éventuelle conscience de classe de la « petite bourgeoisie » et son soutien aux mouvements de droite conservateurs, disproportionné ou non, a fait couler beaucoup d'encre. À partir des années 1980, les historiens ont adopté une vision plus large et moins déterministe. Ainsi, la réalité socio-économique de l'entreprise familiale aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles a aussi été mieux illustrée, non plus en dehors, mais justement dans le cadre de la modernité économique, et cela en relation avec différents phénomènes : évidemment la consommation et la production, mais aussi la mobilité sociale, l'espace et la morphologie urbaines, la sociabilité, les identités culturelles, le genre, la migration...<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> A. D. CHANDLER JR., *The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge (Mass.), 1977; id., *Scale and Scope: the Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge, 1990; A.D. CHANDLER jr., F. AMATORI, T HIKINO (dir.), *Big Business and the Wealth of Nations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997. Voir aussi W. LAZONICK, *Business Organisation and the Myth of the Market Economy*, Cambridge, Cambridge University Press, 1991.

<sup>3</sup> S. BERGER et M. J. PIORE, *Dualism and discontinuity in industrial societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 1980 ; G. JONES et M. B. ROSE, « Family Capitalism », *Business History*, n°35, 1993, p. 1-16 ; F. DE GOEY, J. VAN GERWEN et H. VAN DRIEL, « De veerkracht van de zelfstandige ondernemer: Ondernemers en midden- en kleinbedrijf in Nederland, de Verenigde Staten en Groot-Brittannië vanaf 1950 », *TSEG/ The Low Countries Journal of Social and Economic History*, n°6, 2009, 3, p. 53-81 ; A. COLLI, *The history of Family Business 1850-2000*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003 ; id., P. FERNANDEZ PEREZ et M. ROSE « National Determinants of Family Firm Development? Family Firms in Britain, Spain, and Italy in the Nineteenth and Twentieth Century », *Enterprise and Society*, n°4, 2003, p. 28-64 ; S. STEFFENS, « La 'Belgique industrielle' au 19<sup>e</sup> siècle ou la grande industrie comme symbole de modernité et de progrès », dans A. MORELLI (dir.), *Les grands mythes de l'histoire de Belgique, de Flandre et de Wallonie*, Bruxelles, EPO, 1995, p. 149-162.

<sup>4</sup> C. ZALC, « Les petits patrons en France au 20<sup>e</sup> siècle ou les atouts du flou », *Vingtième Siècle: revue d'histoire*, n°114, 2012, p. 53-66 ; id., « Le petit commerce », dans M. PIGENET et D. TARTAKOWSKY (dir.), *Histoire des mouvements sociaux en France. De 1814 à nos jours*, Paris, La Découverte, 2014, p. 486 ; id., « Le petit patronat », dans J.-Cl. DAUMAS, A. CHATRIOT, P. FRIDENSON, D. ROUSSELIER-FRABOULET (dir.), *Dictionnaire historique des patrons français*, Paris, Flammarion, 2010, p. 754-757.

<sup>5</sup> F. B. TIPTON, « Small business and the rise of Hitler: a review article », *The Business History Review*, n°53, 1979, 2, p. 235-246.

<sup>6</sup> Sur l'Europe, G. CROSSICK, H.-G. HAUPT, *The Petite Bourgeoisie in Europe 1870-1914: Enterprise, Family and Independence*, Londres et New York, Routledge, 1995, id. (ed.), *Shopkeepers and Master Artisans in Nineteenth Century Europe*, Londres, Methuen, 1984 ; pour la Belgique : J. HANNES, « De kleine producent en de kleinhandelaar in de 19de eeuw », *Archief en bibliotheekwezen in België*, 1973, n°10, p. 55-65 ; S. JAUMAIN, *Les petits commerçants belges face à la modernité (1880-1914)*, Bruxelles, éd. de l'université de Bruxelles, 1995 ; G. KURGAN-VAN HENTENRYK, « Les patentables à Bruxelles au XIX<sup>e</sup> siècle », *Le Mouvement social*, n°108, 1979, p. 63-88 ; id., « A la

Cependant, le concept de travail n'a pas ou peu été mis en avant. Les historiens du travail eux-mêmes ont largement ignoré les entrepreneurs indépendants aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles. Ils se sont concentrés sur le travail salarié, notamment des ouvriers et, dans une moindre mesure, des employés et des fonctionnaires. La dépendance salariale croissante est en effet l'un des phénomènes sociaux les plus remarquables des deux derniers siècles. Les artisans du début du XIX<sup>e</sup> siècle sont apparus dans la *labour history* grâce à leur rôle dans les mouvements radicaux révolutionnaires et dans l'émergence du mouvement ouvrier. Toutefois à partir du milieu du siècle, l'alliance entre les maîtres artisans et le prolétariat salarié, tous deux menacés par la mécanisation et la concentration du capital, était soumise à une pression croissante. Plusieurs auteurs ont étudié cet éloignement et le « virage à droite » de la petite bourgeoisie ou des classes moyennes, la formation d'alliances du côté conservateur<sup>7</sup>.

### 1. Le commerce de détail et l'artisanat : déclin et transformation

Quel a été l'impact des profondes mutations socio-économiques des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles sur les détaillants indépendants, les artisans et les fournisseurs de services ? Il est difficile de répondre à cette question sans équivoque. Le rythme accéléré de la société moderne implique de nombreux processus entrelacés, chacun avec sa temporalité et son intensité. Pourtant, l'interdépendance ancienne et presque évidente entre l'individu, la famille et l'entreprise a été clairement mise sous pression des années 1830 aux années 1930. De nombreuses activités économiques traditionnellement indépendantes ont disparu ou ont subi plusieurs métamorphoses. Divers industries et marchés dominés par l'entreprise familiale ont été aspirés par des processus de concentration, de mécanisation et de rationalisation. Toutefois, cette transition s'est passée progressivement. Beaucoup de métiers se sont adaptés, ont trouvé leur place dans des réseaux de production ou de distribution plus larges ou se sont retirés dans des niches commerciales moins ou plus tardivement touchées par les transformations. De plus, la métamorphose de la société, liée à la modernité, n'a pas seulement généré des menaces pour l'entreprise indépendante, mais également ouvert de nouveaux marchés et de nouvelles opportunités.

Tout cela apparaît dans les recensements et les statistiques. Pourtant, les chiffres ne donnent qu'une image imparfaite du travail indépendant dans l'industrie, le commerce et les services. En outre, la prudence s'impose. Les extraits et les listes (almanachs, manuels...) locaux, par exemple, sont généralement très incomplets<sup>8</sup>. Les recensements officiels de la population et des entreprises

---

recherche de la petite bourgeoisie. L'enquête orale de 1902-1904 », *Belgisch tijdschrift voor nieuwste geschiedenis*, 1983, p. 297-332 ; id. et S. JAUMAIN (ed.), *Aux frontières des classes moyennes. La petite bourgeoisie belge avant 1914*, Bruxelles, éd. de l'université de Bruxelles, 1992. Pour l'entre-deux-guerres : P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging en beleid in België (1918-1940). Tussen vrijheid en regulering*, Leuven, KADOC-Studies XXII, 1998.

<sup>7</sup> D. GEARY, « Labour in Western Europe from c. 1800 », dans J. LUCASSEN (ed.) *Global Labour History: a State of the Art*, Berne, Peter Lang, 2005, p. 227-287. Voir aussi R. FARR, *Artisans in Europe*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000, p. 276-299 ; I. PROTHERO, *Radical artisans in England and France 1830-1870*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997 ; G. CROSSICK et H.-G. HAUPT (ed.), *The Petite Bourgeoisie, op. cit.*, p.133-176 ; Ph.NORD, *Paris shopkeepers and the Politics of Resentment*, Princeton, Princeton University Press, 1986 ; J. Ruhlmann, *Ni bourgeois, ni prolétaires. La défense des classes moyennes en France au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Seuil, 2001.

<sup>8</sup> R. GOBYN, « Une source pour l'histoire économique, l'Annuaire du Commerce et de l'Industrie en Belgique », *Mémoires de la Société d'Histoire de Comines-Warneton et de la Région*, 1983, p. 229-270. Il estime que ces

permettent une analyse plus précise, mais doivent, eux aussi, être traités avec la réserve nécessaire. Les statisticiens belges, par exemple, qui au XIX<sup>e</sup> siècle ont tenté de cartographier l'activité professionnelle de la population, se voyaient confrontés à la multiplicité des noms professionnels. En revanche, leurs collègues, qui ont fait le point sur les entreprises, avaient du mal à classer systématiquement la multitude d'entreprises dans des catégories et des rubriques durables. Ils se sont battus avec les dimensions des entreprises, les limites des secteurs et la distinction entre les activités commerciales et artisanales. Bien entendu, une classification sans ambiguïté a été également rendue difficile en raison de la combinaison, par de nombreux ménages, de diverses activités indépendantes et salariales. La distinction entre activité principale et activité secondaire était parfois difficile. Les désignations diverses du personnel familial, « aidant », « conjointe au travail » ou « épouse assistante », rendent encore plus difficile de se faire une idée de la division réelle du travail dans ces entreprises familiales<sup>9</sup>. En outre, les recensements et statistiques du XIX<sup>e</sup> siècle étaient presque exclusivement axés sur l'industrie. En Belgique, un pays où la tradition statistique était quand même bien ancrée, le premier recensement national fiable du commerce n'a eu lieu qu'en 1910.

Mais il y a bien d'autres raisons d'être circonspect avec les sources officielles. Les informations fournies par les détaillants et les artisans aux enquêteurs étaient soigneusement construites et alignées aux règlements en vigueur. Leur méfiance a coloré les statistiques, notamment les données fiscales, mais aussi celles des recensements. Ceci était déjà le cas avant 1914, avec l'inscription au registre des patentes, mais s'est intensifié dans les années 1920 avec l'introduction de l'impôt progressif sur le revenu<sup>10</sup>. D'autres administrations publiques telles que le registre du commerce (1919 en France, 1924 en Belgique) ne fournissaient pas non plus « d'état civil » précis du commerce de détail et de l'artisanat, notamment en raison d'un manque de contrôle.

Mais bien sûr, des tendances réelles se dégagent des statistiques officielles. Les chiffres présentent clairement comment, à la fin du siècle de la grande expansion industrielle, la majorité des entreprises en France et en Belgique sont restées petites à très petites. Cette catégorie a même fortement augmenté, surtout dans le secteur du commerce de détail. Sur les 236 000 entreprises industrielles en Belgique en 1896, 165 000 travaillaient sans personnel non familial. Outre ces artisans, il y avait également 54 500 petites entreprises de 1 à 4 employés. Ensemble, ces catégories représentaient 94 % de l'ensemble du paysage entrepreneurial. Leur part a lentement diminué, mais les petites entreprises sont restées dominantes, en particulier dans les secteurs du textile, de

---

almanachs manquaient jusqu'à 40% des entrepreneurs locaux. Voir aussi H. LAMBRECHTS, *Trente années au service des classes moyennes*, Dison, Impr. Disouaise, 1935, p. 78-91.

<sup>9</sup> Après la Seconde Guerre mondiale, un aidant est généralement « une personne qui assiste ou supplée un indépendant dans l'exercice de sa profession, sans être engagé envers lui par un contrat de travail ». Voir P. HEYRMAN, « Vrouwelijke zelfstandige arbeid in de 19<sup>e</sup> en 20<sup>e</sup> eeuw. Een statistische duiding », dans L. VAN MOLLE, P. HEYRMAN (dir.), *Zakenvrouwen en vrouwenzaken. Facetten van vrouwelijk zelfstandig ondernemerschap in Vlaanderen, 1800-2000*, Gand, Bijdragen Museum van de Vlaamse Sociale Strijd XVIII, 2001, p. 51, n.21 ; J.-L. YERNAUX, « Les taux féminins d'activité. Leur évolution en Belgique 1866-1962 », *Revue belge de Sécurité sociale*, n°1153, août 1964, p. 49-93.

<sup>10</sup> Concernant l'impact de la législation fiscale belge sur les indépendants : A. HARDEWYN, « De invoering en de evolutie van de progressieve inkomstenbelasting in België (1919-1930) », *Revue belge de Philologie et d'Histoire*, n°75, 1997, p. 1085-1122 ; id., *Tussen sociale rechtvaardigheid en economische efficiëntie. Een halve eeuw fiscaal beleid in België (1914-1962)*, Bruxelles, VUB Press, 2003.

l'alimentation, de la construction, du bois et de la métallurgie. Ils n'offraient qu'un faible taux d'emploi, bien que nous devons bien sûr tenir compte de l'auto-emploi (*self-employment*) des travailleurs indépendants et leurs familles. En 1910, seuls 14,3% des salariés belges travaillaient dans des petites entreprises (1-4 salariés), 69% dans des entreprises moyennes (5-500) et 15% dans les 117 grandes entreprises (+500 salariés)<sup>11</sup>. Les tendances de concentration du paysage industriel et commercial se sont poursuivies pendant l'entre-deux-guerres. Mais à la fin des années 1920, on assiste également à une croissance de l'artisanat et des petites entreprises industrielles. Le pouvoir d'achat, mais aussi la disponibilité de la propulsion électrique et de machines adaptées, ont offert de nombreuses opportunités à la petite entreprise, par exemple dans la construction, le bois, le métal ou encore dans l'industrie alimentaire<sup>12</sup>. En 1930, la Belgique comptait encore plus de 135 000 entreprises artisanales ou industrielles sans personnel non familial. Plus de 47 000 (23%) travaillaient avec 1 à 4 employés<sup>13</sup>.

Dans le commerce de détail, le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés ainsi que les autres services, la grande majorité des entreprises belges étaient de petite à très petite taille. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, Guillaume De Greef estimait l'augmentation annuelle du nombre de détaillants en Belgique depuis 1850 à 5 %. En 1846, il y avait 103 696 patrons dans le commerce de détail, 244 247 en 1880, 327 091 en 1890 et 385 236 en 1910<sup>14</sup>. Si la croissance du nombre de magasins restait d'abord quelque peu parallèle à l'augmentation de la population et de l'urbanisation, on observe une nette accélération au cours des dernières décennies du siècle. Bien que les chiffres contemporains doivent être nuancés, il est clair que le secteur de la distribution alimentaire et textile en particulier a connu un véritable *boom*<sup>15</sup>. En 1910, la majorité des 370 000 magasins, bars et restaurants étaient des entreprises familiales, dont 67 % seulement étaient gérés comme activité professionnelle principale et seule une petite minorité employait du personnel non familial. Un tiers de ces entreprises était officiellement dirigé par des femmes, un chiffre étonnant qui reste toutefois largement sous-estimé<sup>16</sup>. Le commerce de la viande, de l'épicerie et des textiles dominait<sup>17</sup>. En 1910, 78 000 chefs d'entreprise et près de 19 000 aides étaient actifs dans l'hôtellerie et la restauration. En incluant les membres inactifs de leur famille (environ 67 000),

---

<sup>11</sup> Ministère de l'Industrie et du Travail, *Recensement général des industries et des métiers (31 octobre 1896)*, vol. XVIII, Bruxelles, 1902, p. 151-152, cité par J. LEWINSKI, *L'évolution industrielle de la Belgique*, Bruxelles, Institut de Sociologie Solvay, 1911, p. 162. L'industrie domestique et les entreprises publiques n'étaient pas incluses. Ministère de l'Industrie et du Travail, *Recensement de l'industrie et du commerce (31 décembre 1910)*, volume V, Bruxelles, 1913, p. 321.

<sup>12</sup> G. DE BRABANDER, *Regional Specialisation, Employment and Economic Growth in Belgium between 1846 and 1970*, New York, Arno Press, 1981.

<sup>13</sup> *Revue du travail*, novembre 1935, p. 1410-1411.

<sup>14</sup> G. DE GREEF, *Le crédit commercial et la Banque nationale de Belgique*. Bruxelles, Mayolez, 1899, p. 223 ; B. VERHAEGEN, *Contribution à l'histoire économique des Flandres*, Louvain, Nauwelaerts, 1961.

<sup>15</sup> *Recensement général (31 décembre 1880)*, *Population*, II, Bruxelles, 1884, p. 932-937 ; *Recensement général du 31 décembre 1890*, *Population*, II, Bruxelles, 1893, p. 330-336 ; *Recensement général du 31 décembre 1900*, *Population*, II, Bruxelles, 1903, 362-421. Voir aussi S. JAUMAIN, *Les petits commerçants belges*, op. cit., p. 308.

<sup>16</sup> Pour la Belgique : P. HEYRMAN, « Vrouwelijke zelfstandige arbeid », art. cit. Pour le Nord : B. CRAIG, « Petites Bourgeoises and Penny Capitalists: Women in Retail in the Lille Area during the Nineteenth Century », *Enterprise & Society*, juin 2001, p. 198-224.

<sup>17</sup> S. JAUMAIN, *Les petits commerçants belges*, op. cit., p. 37-39, p. 307-310. Les chefs d'entreprise (54,6%) et leurs aides familiales (31,8%) formaient la grande majorité de la population active dans le commerce.

pas moins de 2 % de l'ensemble de la population belge était associé à ce secteur<sup>18</sup>. La croissance numérique du commerce de détail et du secteur de l'hôtellerie, restauration et des cafés s'est poursuivie après l'armistice : de nombreuses familles qui s'étaient engagées dans le commerce illicite pendant la guerre se sont en fait établies comme détaillants. Cependant, la guerre et la réglementation croissante de la distribution des boissons alcoolisées ont provoqué une diminution significative du nombre de cafés belges<sup>19</sup>. Dans les années 1920, cependant, le nombre de magasins, de cafés et de restaurants a crû de nouveau. En 1930, il y avait 82 300 cafés et établissements d'hôtellerie et restauration en Belgique. Le nombre de magasins de détail (230 755) avait augmenté de plus de 15 % depuis 1910, la vaste majorité exploitée par des particuliers. Cela signifie un magasin pour 37 Belges, un record européen ! Pas moins de 11,5 % de la population active était impliqué dans le commerce de détail, quoique plus d'un tiers de ces ménages déclarât également des revenus salariés<sup>20</sup>.

Bien que l'échelle soit évidemment très différente, la France offre un tableau plutôt similaire<sup>21</sup> : la domination numérique des petites entreprises et de l'artisanat dans le paysage industriel, une très lente augmentation de la taille moyenne des entreprises, et une croissance régulière du nombre de détaillants, surtout au cours des décennies du tournant du siècle. En 1896, le pays comptait quelque 504 000 entreprises industrielles et 210 000 entreprises commerciales de 1 à 4 employés, respectivement 51 500 et 17 000 entreprises employaient 5 à 10 personnes<sup>22</sup>. La domination de l'artisanat et des petites entreprises dans l'industrie était évidente dans des secteurs tels que le textile, le cuir et le travail du bois, l'alimentation et la construction. Adeline Daumard estime que le nombre de brevets délivrés à des entreprises/indépendants français est passé d'environ 1,3 million en 1845-1846, à 1,7 million en 1866-1869, 2 millions en 1890 et 2,3 millions en 1910-13<sup>23</sup>. Des 7,5 millions d'entreprises recensés en 1906, 4,5 millions étaient classées comme "isolées". 588 000 entreprises qui se présentaient pourtant comme « établissements » travaillaient exclusivement avec du personnel familial. La même année, plus de la moitié des travailleurs industriels français était liée à des entreprises de moins de 5 salariés. Le nombre de personnes/familles payant un brevet dans la catégorie A (artisans, patrons façonniers, négociants en gros et au détail) est passé d'environ 1,1 à 1,5 million en 1871-1904<sup>24</sup>. Nonna Mayer a estimé que sur les 878 000 points de vente en France en 1906, près de 70 % étaient gérés par un personnel purement familial. Entre 1906 et 1936 on voit une augmentation de 22% dans les effectifs

---

<sup>18</sup> R. ANKAERT, « Les cabaretiers-cafetiers à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle », dans G. KURGAN-VAN HENTERYCK, S. JAUMAIN (ed.), *op. cit.*, p. 32, p. 59.

<sup>19</sup> *Parlementaire Documenten Kamer van Volksvertegenwoordigers*, 1928-1929, p. 321, 3 ; voir aussi G. DE LEENER, e.a., *L'Action de l'État contre l'alcoolisme*, Bruxelles, 1919 et les statistiques de l'Office central d'Études contre l'Alcoolisme (1920-1926).

<sup>20</sup> Le recensement du commerce et de l'industrie de 1930, jamais officiellement publié, n'offre que les données du secteur entier (horeca, banques et assurances inclus), comptant 217 000 chefs d'entreprise, dont 48 500 femmes. Le recensement de la population en comptait 269 147, dont 40,6 % féminins. *Revue du travail*, juin 1934, p. 753, 767, 786 et novembre 1935, p. 1438-1440.

<sup>21</sup> G. GOODLIFFE, *The resurgence of the radical right in France. From Boulangisme to the Front National*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012, p. 59.

<sup>22</sup> *Résultats statistiques du recensement des industries et professions 1896*, t. IV, p. LXXIII-LXXXIV.

<sup>23</sup> A. DAUMARD, « L'évolution des structures sociales en France à l'époque de l'industrialisation (1815-1914) », *Revue historique*, n°502, 1972, p. 326, n. 7.

<sup>24</sup> *Annuaire statistique de la France pour 1904, 1905*, p. 82.

patronaux du commerce en France, la part des femmes et des commerces d'alimentation restait très importante<sup>25</sup>.

## 2. Travail indépendant = travail familial

Tous ces chiffres montrent l'importance continue du travail indépendant dans le commerce et l'artisanat. Toutefois, ils ne permettent pas une analyse qualitative marquée du sceau de la certitude. Le nombre élevé et croissant de travailleurs indépendants, notamment en activité secondaire, semble indiquer que les conditions d'entrée dans le commerce de détail et même dans le secteur de l'artisanat sont devenues plus simples au cours de la période étudiée. De nombreux auteurs contemporains y ont vu un symptôme du déclin progressif de la petite entreprise. Le commerce de détail en particulier semblait devenu « l'espoir des faibles »<sup>26</sup>, offrant des solutions de repli pour les travailleurs chômeurs ou faiblement rémunérés. La focalisation sur la pléthore de petits magasins et cafés fragiles et instables, basculant en deçà du seuil de rentabilité, ainsi que sur la demande récurrente de leurs représentants pour (ré)introduire des conditions d'admission aux professions indépendantes, a injustement détourné notre attention des nombreux ateliers de commerce et d'artisanat stables, prospères et bien gérés. Même au cours des dernières décennies, les historiens ont trop souvent évalué les développements dans ces secteurs au cours du long XIX<sup>e</sup> siècle dans une perspective contemporaine et donc essentiellement moderniste, voire fordiste. La productivité est-elle vraiment le critère ultime pour évaluer leur fonctionnement ? Pouvons-nous juger sur la base du nombre élevé de magasins et d'ateliers artisanaux, leur petite taille, leur durée de vie parfois courte et les emplois limités qu'ils fournissaient ? La combinaison d'activités professionnelles salariées et indépendantes est également évaluée très négativement dans la littérature, alors que ces pratiques de mise en commun de revenus faisaient partie des stratégies familiales de survie depuis des siècles. Comme la création d'une entreprise indépendante comporte certainement de nombreux risques, les nouveaux arrivants dans le commerce de détail et l'artisanat tiraient souvent une partie de leurs revenus d'autres sources, par exemple d'un emploi salarié. À l'inverse, en période de difficultés économiques et de chômage, de nombreuses familles salariées ont trouvé un revenu (complémentaire) dans le commerce de détail et la restauration. Ces entreprises étaient souvent dirigées par des femmes.

Il y a donc un changement de perspective nécessaire à opérer. Au lieu d'une évaluation (négative) fondée sur des modèles et des critères dérivés de la grande entreprise, l'étude historique de l'entreprise indépendante devrait plutôt partir de ses caractéristiques particulières. Les boutiques, ateliers artisanaux, cafés et entreprises de l'hôtellerie et de la restauration étaient avant tout des projets familiaux. Le capital financier et social, l'équipement et le savoir-faire qui sous-tendent la création de firme étaient presque toujours apportés par des membres de la famille et des proches<sup>27</sup>. Souvent, la famille fondatrice avait une certaine expertise et tradition professionnelle, par exemple dans le commerce, plus souvent encore dans l'agriculture. Dans les dernières décennies du XIX<sup>e</sup> siècle, en particulier, les nouveaux entrants dans le commerce de détail et l'artisanat alimentaire étaient majoritairement originaires des zones rurales. Leur motivation pour créer de manière indépendante et à leurs propres risques une entreprise rentable ne résidait pas tant dans le rêve de

---

<sup>25</sup> N. MAYER, *La boutique contre la gauche*, Paris, Presses de la FNSP, 1986, p.23-28.

<sup>26</sup> J. DANSETTE, *Les formes évoluées de la distribution : problème économique – problème psychologique*, Bruxelles, Pauli, 1944, p. 175.

<sup>27</sup> Voir aussi l'analyse de dossiers de faillite dans le commerce de détail : S. JAUMAIN, *Les petits commerçants, op. cit.*, p. 555-556 et W. COP, *Het gezicht van het failliet. Zelfstandige ondernemers in de crisis van de jaren 1930*, mémoire de master, KU Leuven, 2001.

promotion sociale que dans la recherche d'un moyen de subsistance sûr. Le bénéfice de l'entreprise était destiné à augmenter le revenu et le pouvoir d'achat de la famille, et à renforcer ses actifs et sources de revenus à travers les générations. L'entrepreneuriat familial ne visait pas à maximiser les profits, et encore moins à créer des emplois, mais avant tout à assurer la continuité de son entreprise et à conditionner sa croissance<sup>28</sup>.

L'envergure et les chances de succès d'une nouvelle entreprise étaient largement déterminées par le capital économique et social des fondateurs, ou du moins par la capacité de charge et la réputation de leur réseau familial. Il n'était pas rare que ce projet collectif se reflète dans le nom de l'entreprise. Par exemple, lorsque le magasin ou l'atelier d'un couple a été lancé avec le soutien des deux familles, leurs noms figuraient généralement tous les deux sur l'enseigne. Même un travailleur indépendant qui avait repris l'entreprise ou l'atelier à des tiers continuait souvent à se référer à ceux-ci. Les familles qui ont pu poursuivre leur activité sur plusieurs générations, aimaient mettre cette tradition en avant.

En tout cas, la cohésion de la famille et des proches a été un facteur de réussite décisif. Il semble plausible que le nombre moyen de divorces dans les familles indépendantes était inférieur à celui des autres groupes sociaux en Belgique et en France<sup>29</sup>. La raison en est évidente. Le succès de l'affaire exigeait une complémentarité. La communauté de biens matrimoniaux soutenant l'entreprise ne pouvait pas être facilement distribuée. Comme le souligne à juste titre Geoffrey Crossick, « in the world of small enterprise, family and business were bound inextricably together »<sup>30</sup>. La cohésion et la hiérarchie familiales sont parfois visibles dans les beaux portraits de familles, posant fièrement devant la porte de leur magasin ou de leur atelier. Le portrait de famille classique montre l'homme et la femme au centre, les enfants réunis autour d'eux, la grand-mère à l'arrière-plan, le personnel et les apprentis garçons un peu à l'écart. Les vitrines des magasins, mais surtout le signe ou l'inscription sur lequel le nom de la société pouvait être lu, étaient explicitement inclus dans l'image. Comme le faisait déjà remarquer Philippe Vigier en 1981, ces enseignes étaient l'émanation ultime du projet d'entreprise familiale<sup>31</sup>. Lorsque, à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, des noms et des devises d'entreprises plus modernes ont fait leur apparition, la publicité de beaucoup d'artisans et de détaillants gardait la référence rassurante aux réseaux familiaux impliqués dans l'affaire.

Trouver un capital de départ était le premier et le plus important des caps à franchir. L'autofinancement par le réseau familial restait la norme, non seulement au début de l'entreprise mais aussi pour les investissements ultérieurs. Hormis les grandes variations de la structure des coûts des différents secteurs, les investissements les plus lourds concernaient certainement l'acquisition d'un fonds de commerce, l'achat de stocks, de matières premières, de machines et d'équipements et pour l'aménagement d'ateliers et/ou de locaux commerciaux. Le réseau familial

---

<sup>28</sup> R. CHURCH, « The family firm in industrial capitalism: international perspectives on hypotheses and history », *Business History*, n°35, 1993, p. 17-43 ; D. ARNOLDUS, *Family, family firm, and strategy. Six Dutch family firms in the food industry 1880-1970*, Amsterdam, Aksant, 2002.

<sup>29</sup> G. CROSSICK, H.-G. HAUPT (ed.), *The Petite Bourgeoisie in Europe, op cit.*, p. 93 et suiv.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p.87.

<sup>31</sup> Ph.VIGIER, « Conclusions générales de l'enquête sur la petite entreprise », dans *Petite entreprise et croissance industrielle dans le monde aux 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles*, Paris, CNRS éd., 1981, p. 25.

constituait également un filet de sécurité lorsque les choses allaient (temporairement) moins bien. Pour les boutiquiers et artisans à la recherche de liquidités ou de prêts d'investissement, il n'y avait guère d'alternatives<sup>32</sup>. En effet, les banques commerciales restaient très réticentes à leur accorder des crédits s'ils n'étaient pas en mesure de fournir des garanties adéquates, de préférence des biens immobiliers. Malgré les efforts, notamment dans les dernières décennies du XIX<sup>e</sup> siècle, pour mettre en place des structures et des systèmes de prêt mutuel, ceux-ci sont généralement restés petits et faibles<sup>33</sup>. L'accès de l'entrepreneuriat familial au marché du crédit commercial ne s'est réellement amélioré qu'après la Première Guerre mondiale, avec l'introduction des premières lois et institutions de crédit professionnel.

La réputation de l'entreprise familiale et la confiance dont elle bénéficiait de la part des clients, des fournisseurs et des autres entrepreneurs, étaient cruciales. Cette réputation publique était soigneusement cultivée et montrée. Tout au long de la période étudiée des sentiments de fierté et de solidarité professionnelle continuaient à se refléter dans le discours des commerçants et artisans et de leurs organisations. Ainsi ils tentaient d'établir un lien avec la glorieuse histoire des guildes et des métiers prérévolutionnaires de leur ville. Mais avec la disparition de ces structures corporatives et des codes sociaux qu'elles incarnaient et contrôlaient, les artisans et les commerçants ont progressivement ancré leur position et identité sociale dans leur statut non-salarié. À partir des années 1850-1860, les petits commerçants et artisans commençaient à se présenter plus explicitement comme des entrepreneurs indépendants qui exerçaient sous leur propre responsabilité une activité économique orientée vers le marché et donc risquée, et qui, à cette fin et dans un contexte familial, fournissaient eux-mêmes la majorité des moyens de production : capital, équipement, savoir-faire et main-d'œuvre.

La respectabilité d'une entreprise familiale dans le commerce de détail ou l'artisanat dépendait de nombreux facteurs, tels que son secteur, sa localisation et son apparence générale. La propriété visible de la famille déterminait dans une large mesure sa position sociale. D'où peut-être la remarquable préférence des détaillants et des artisans pour les investissements immobiliers sûrs. Les membres de la petite bourgeoisie commerçante et artisanale étaient aussi très désireux de devenir des propriétaires à part entière de leur entreprise, y compris de tous les biens, magasins, machines et autres équipements. Cependant, pour les nombreux nouveaux venus dans le petit commerce au cours du dernier quart du XIX<sup>e</sup> siècle, cet idéal était loin d'être atteint. En 1905, la grande majorité (85%) des épiciers de la région de Gand n'étaient pas propriétaire de leur propre magasin<sup>34</sup>. Dans les décennies suivantes, le nombre de commerçants-locataires a augmenté systématiquement ainsi que leur dépendance financière. Les grossistes, brasseurs et autres fournisseurs procuraient des matières premières, des stocks et des locaux commerciaux ou hospitaliers. Les formules de franchise des succursalistes comme les différentes branches de la

---

<sup>32</sup> Voir les discussions concernant l'application de la loi de 1846 interdisant la vente publique de biens neufs : S. Jaumain, *Les petits commerçants, op. cit.*, p. 108-110.

<sup>33</sup> B. WILLEMS, *Leven op de pof. Krediet bij de Antwerpse middenstand in de achttiende eeuw*, Amsterdam, Aksant, 2009.

<sup>34</sup> J. BUSE, « L'épicerie à Gand, Gentbrugge, Ledeborg, Mont-Saint-Amand », *Commission nationale de la Petite Bourgeoisie. Enquête écrite. Volume III : Monographies*, Gand, 1905, p. 247-402. Dans une perspective internationale : M. WINSTANLEY, « Retail property ownership in Edwardian England », dans J. BENSON, L. UGOLINI (ed.), *A nation of shopkeepers: five centuries of British retailing*, London, Tauris, 2003, p. 180-205.

famille Delhaize en Belgique, les Docks du Nord, Casino ou Goulet-Turpin en France, se sont clairement appuyés sur ces pratiques<sup>35</sup>. Les producteurs industriels, à leur tour, essayaient de renforcer leur emprise sur l'appareil de distribution par la publicité et les produits de marque. Tout cela rencontrait une résistance considérable parmi le petit commerce qui se plaignait d'être de plus en plus dépendant, voire enchaîné aux grossistes et fabricants<sup>36</sup>.

Le rôle important que les femmes ont joué dans l'entreprise indépendante aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles a fait l'objet de plusieurs recherches, mais le tableau général reste flou. Comme mentionné ci-dessus, leur forte présence dans les secteurs du commerce de détail, de l'artisanat et de l'hôtellerie-restauration se reflète déjà clairement dans les recensements officiels de la population, du commerce et de l'industrie<sup>37</sup>. Serge Jaumain décrit à juste titre le commerce de détail et la restauration comme un « univers féminin »<sup>38</sup>. Et comme l'a fait remarquer Beatrice Craig, ils étaient également l'un des rares secteurs « où le fait d'être une femme n'était pas un handicap évident »<sup>39</sup>. Mais les chiffres officiels ne montrent que la partie émergée de l'iceberg, l'engagement réel des femmes dans le commerce et l'artisanat étant largement rendu invisible sur le plan administratif. Les analystes (masculins) qui ont tenté d'interpréter le phénomène, l'ont souvent dépeint comme une stratégie de survie, par exemple pour les veuves et les femmes non mariées. Parfois, les femmes agissaient comme « administrateurs fiduciaires » après la mort de leur mari jusqu'à la majorité de leurs fils. On peut aussi citer nombre d'entreprises enregistrées purement *pro forma* au nom de la femme, par exemple parce que l'homme préférerait ne pas être sous les feux de la rampe ou parce que son statut professionnel (fonctionnaire local par exemple) n'autorisait pas à s'engager dans des entreprises commerciales. Le travail indépendant féminin a également été présenté comme une conséquence des « affaires féminines typiques », les tâches accordées à la mère au foyer. « Nous voyons qu'on peut circonscrire l'activité féminine [professionnelle non-salariée] à une petite série de commerces bien définis qui ont pour objet de nous nourrir et de nous vêtir », écrivent les analystes du recensement belge de 1910<sup>40</sup>.

Cette présence féminine frappante dans l'entreprise familiale remet en question les représentations du labour féminin au XIX<sup>e</sup> siècle dans l'historiographie traditionnelle, comme exclusivement lié au travail domestique, au travail salarié industriel et aux tâches subalternes dans l'agriculture. Dans

---

<sup>35</sup> E. COLLET, *Delhaize De Leeuw: kruideniers sinds 1867*, Tielt, Lannoo, 2003 ; N. TEUGHELS, *Mag het iets meer zijn? Kleine kruidenierswinkels worden big business, Delhaize Frères & Cie(1867-1940)*, Louvain, Universitaire Pers Leuven, 2014 ; O. LONDEIX, *Du client au consommateur : Casino, une chaîne succursaliste alimentaire française (1898-1960)*, thèse de doctorat, université Paris-Nanterre, 2018.

<sup>36</sup> M. MARTIN, « Le petit commerce urbain de province et la publicité (1900-1939) », dans M. MARTIN (éd.), *Histoire de la publicité en France*, Nanterre, Presses universitaires de Paris Nanterre, 2012, p. 129-139.

<sup>37</sup> L. VAN MOLLE, P. HEYRMAN (ed.), *Vrouwenzaken Zakenvrouwen, op. cit.* ; P. LEMMENS, « De Brusselse middenstandsvrouwen in de tweede helft van de 19de eeuw », *Tijdschrift voor Brusselse Geschiedenis*, n°4, 1987, 1-2, p. 111-132 ; B. CRAIG, « Petites Bourgeoises and Penny Capitalists », art. cit. ; id., *Female enterprise behind the discursive veil in nineteenth-century Northern France*, London, Palgrave Macmillan, 2017 ; A. C. KAY, *The Foundations of Female Entrepreneurship: Enterprise, Home and Household in London c.1800 – 1870*, London, Routledge, 2009 ; J. ASTON, *Female entrepreneurship in nineteenth-century England: engagement in the urban economy*, London, Palgrave Macmillan, 2016.

<sup>38</sup> S. JAUMAIN, « La boutique à la fin du 19<sup>e</sup> siècle : un univers féminin ? », dans É. GUBIN et J. PUISSANT (éd.), *Femmes. Histoire au tournant du siècle*, Bruxelles, Cahiers marxistes, 1993, p. 113-126.

<sup>39</sup> B. CRAIG, *Female enterprise, op. cit.*, p. 240.

<sup>40</sup> *Recensement de l'industrie et du commerce (31 décembre 1910). Volume VII*, Bruxelles, 1913, p. 450.

le commerce de détail en particulier, les femmes semblent avoir assumé presque toutes les formes de travail qui y étaient effectuées : elles s'adressaient aux clients et aux fournisseurs, déterminaient la gamme de produits et géraient les stocks, donnaient des instructions au personnel, étaient responsables de la comptabilité et d'autres tâches administratives. Et dans de nombreux ateliers artisanaux, il suffit de penser au secteur du textile, c'était elles qui produisaient et/ou réparaient. Néanmoins, cela ne devrait pas nous surprendre, car il s'agissait d'un prolongement de la dynamique et de la logique particulières de l'entreprise familiale, où la complémentarité et l'interchangeabilité fluides des membres de la famille étaient déterminantes pour son succès. Dans la même perspective, l'opinion publique bourgeoise a été très tolérante à l'égard de cette forme de travail féminin. Le travail entrepreneurial familial se faisait au foyer et à l'intérieur et donc, certainement à la différence du labeur en usine, semblait compatible avec les tâches ménagères<sup>41</sup>.

Néanmoins, l'engagement professionnel souvent prépondérant des femmes mariées dans l'entreprise familiale a été largement rendu invisible sur le plan administratif. Les magasins ou les ateliers étaient généralement enregistrés au nom du mari. Il représentait l'entreprise dans l'espace public, auprès de l'administration (fiscale) mais aussi, par exemple, dans la vie associative. Les femmes étaient enregistrées comme « aides » ou « épouses assistantes »<sup>42</sup>. L'incompétence juridique des femmes, ancrée dans le Code civil et le Code de commerce, encourageait l'effacement officiel du travail féminin dans les petites entreprises<sup>43</sup>. Mais en combinant les sources, tels les recensements locaux, il devient possible de brosser un tableau plus fidèle de la situation. À Tourcoing, par exemple, d'après les sources fiscales, en 1852-1911, environ 12-13 % des commerces de détail étaient dirigés par des femmes. Les recensements donnent déjà des chiffres plus élevés : 22 % en 1851-1852, 31,3 % en 1886 et 17 % en 1911. En réalité, estime B. Craig, leur part avoisinait probablement les 40 %. Parmi ces femmes chefs d'entreprise, il y avait en effet un nombre remarquable de veuves et de femmes célibataires, mais la proportion de femmes mariées ne doit pas être sous-estimée et a nettement augmenté vers le début du nouveau siècle<sup>44</sup>.

Des recherches ont démontré que le nombre d'enfants dans les familles d'artisans et de commerçants était non seulement inférieur à ce qu'il était dans les familles d'agriculteurs ou d'ouvriers, par exemple, mais qu'il a aussi diminué plus vite au cours du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>45</sup>. Ce

---

<sup>41</sup> L. VAN MOLLE, « Zakenvrouwen of vrouwenzaken? Een historiografische zoektocht », dans L. VAN MOLLE, P. HEYRMAN, *op. cit.*, p. 16-39.

<sup>42</sup> R. DONCKELS et J. DEGADT, « Women in Small Business : the Belgian Experience », dans R. DONCKELS et al. (éd.), *Women in Small Business: Focus on Europe*, Assen, Van Gorcum, 1986, p. 45-64 ; P. HEYRMAN, « Vrouwelijke zelfstandige arbeid », art. cit., p. 91.

<sup>43</sup> Les hommes pouvaient, par exemple, donner procuration à leurs épouses pour faire du commerce en leur propre nom et/ou pour agir devant le tribunal de commerce en tant que plaignante. K. VANDEBEECK, *De weerslag van de wetboeken: gehuwde vrouwen voor de Antwerpse Rechtbank van Koophandel rond 1900*, mémoire de master, Leuven, 2015.

<sup>44</sup> B. CRAIG, *Female enterprise*, *op. cit.*, p. 137.

<sup>45</sup> G. CROSSICK, *The Petite Bourgeoisie in Europe*, *op. cit.*, p. 99-101 ; R. SPREE, « The German petite bourgeoisie and the Decline of Fertility. Some statistical evidence from the late 19<sup>th</sup> and early 20<sup>th</sup> centuries », *Quantum*, n°22, 1982, p. 15-49 ; B. CRAIG, « Catholic and Malthusian : The Entrepreneurs of Tourcoing in the Nineteenth Century », *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, n° 32, 2007, p. 160-186. Elle décrit une diminution de la fertilité des familles du *petty middle class* après 1886.

phénomène découle lui aussi de la logique de l'entreprise familiale. Les grossesses et les besoins de soins des enfants perturbaient l'organisation du travail dans les magasins ou les ateliers. Certes, les enfants pouvaient être utilisés comme main-d'œuvre bon marché, mais ils devaient tous recevoir leur héritage, sans mettre en danger la survie de l'entreprise et la fortune familiale qui y était inscrite. La continuité de l'entreprise et la garantie d'une bonne succession, soit par l'un des propres enfants de l'entreprise, soit après avoir cherché un conjoint adéquat, étaient une source majeure de préoccupation. Souvent, cependant, la famille ne réussissait pas à assurer elle-même la succession. Les véritables dynasties, avec le transfert du fonds de commerce sur plus de trois générations, sont rares ; on les voit plus souvent dans l'artisanat que dans le petit commerce de détail<sup>46</sup>.

Le monde des enfants de commerçants et d'artisans est mal connu<sup>47</sup>. Ils ont souvent été mis au travail dès leur plus jeune âge, parfois par nécessité, plus souvent pour leur apprendre la profession et l'amour du métier, et ainsi les préparer à la succession. Cependant, d'après leurs souvenirs, ils ont aussi souvent eu des tâches ingrates : nettoyer l'atelier et le magasin, déplacer et ranger les commandes, collecter les factures impayées ou noter les prix, les clients et les fournisseurs de la concurrence. En tout état de cause, les enfants des travailleurs indépendants ont été imprégnés de l'idée qu'ils devaient toujours se comporter comme un membre du réseau familial, comme un représentant de l'entreprise. Par exemple, ils devaient être polis envers les clients (potentiels) et respecter les conventions sociales<sup>48</sup>.

Souvent, les membres de la famille nucléaire n'étaient pas les seuls à travailler dans des magasins ou des ateliers. Toutes sortes de parents et d'amis de la famille étaient également impliqués. Cela illustre une fois de plus l'importance du capital social, des réseaux autour d'une entreprise. Tout cela déterminait non seulement sa clientèle et son filet de sécurité financier-logistique, mais aussi l'expertise qu'elle pouvait mobiliser. Les employés familiaux étaient moins chers et étaient considérés comme plus loyaux. Les investissements réalisés par les membres de la famille dans une entreprise étaient parfois partiellement remboursés en accueillant ensuite leurs enfants, en leur apprenant un métier et en les aidant à créer leur propre entreprise. De cette façon, un réseau familial pouvait parfois créer tout un ensemble de magasins ou d'établissements de restauration. Ce phénomène était particulièrement évident dans les entreprises créées par des migrants<sup>49</sup>. Le capital de départ et l'expertise étaient recherchés dans la famille ; la main-d'œuvre et les produits, souvent

---

<sup>46</sup> R. CREMER, *Les classes moyennes en Belgique*, Bruxelles, Larcier, 1955, p. 53.

<sup>47</sup> F. LORIAUX, *Enfants-machines. Histoire du travail des enfants en Belgique au 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles*, Bruxelles, Carhop, 2000.

<sup>48</sup> Les témoignages autobiographiques d'enfants dans le commerce de détail ou l'artisanat sont rares. Un bon exemple : T. VAN DER MEULEN, *Anders nog iets ? De teloorgang van de middenstand*, Amsterdam-Anvers, L.J. Veen, 2001.

<sup>49</sup> Voir entre autres A. MORELLI, « Patrons issus de l'immigration : quelques réflexions méthodologiques », dans S. JAUMAIN, K. BERTRAMS (éd.), *Patrons, gens d'affaires et banquiers*, Bruxelles, Le livre timperman, 2004, p. 299-310. Pour Bruxelles : S. TASCHEREAU, V. PIETTE et E. GUBIN, « L'immigration à Bruxelles dans les années trente. Le cas particulier des commerçants étrangers », *Cahiers d'Histoire du Temps présent*, n°9, 2001, p. 7-62. Pour Gand : E. BENLAMCHICH, *Etnisch ondernemerschap: een casestudy onder Maghrebijnse zelfstandigen in Gent*, mémoire de licence, Gand, 1999 ; J. DE BOCK, « 'Guest workers', entrepreneurs and the role of ethnicity in immigrant business. A critical history of 'Ethnic Entrepreneurship' in Gent, 1960-1980 », *Revue belge d'histoire contemporaine*, XLIV, 2014, 4, p. 36-66 ; P. HEYRMAN et S. LIBENS, *S. Mijn zaak, uw zaak ... onze zaak. Zelfstandig ondernemen in Oost-Vlaanderen*. Gand, Provinciebestuur Oost-Vlaanderen, 2014, p. 156-159.

aussi dans le village ou la région d'origine. Leur propre communauté ethnique fournissait une première clientèle, mais bien sûr, ce cercle était brisé le plus rapidement possible<sup>50</sup>.

En plus du personnel familial, il y avait aussi de nombreux apprentis, garçons ou filles, qui travaillaient dans des magasins et des ateliers artisanaux. Leurs journées de travail étaient longues et dures, le travail souvent monotone et ingrat, sans guère de droits et seulement une maigre rémunération ; ceux qui vivaient dans la famille en question avaient peu d'intimité<sup>51</sup>. Il n'était pas facile de maîtriser les subtilités d'un métier. L'apprentissage dans les métiers et négoce avait de profondes racines pré-modernes et reflétait également une forme de promotion sociale « naturelle ». Un apprenti ambitieux pourrait apprendre le métier auprès d'un maître reconnu et s'établir ensuite comme artisan. Du moins, en théorie : depuis le milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle cette voie semble avoir été de plus en plus coupée ; dans un nombre croissant de secteurs et professions le statut de maître artisan était réservé aux fils d'entrepreneurs. Dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, il a été question dans de nombreux milieux d'une crise de l'apprentissage dans les métiers et négoce. En Belgique, l'État a été appelé à soutenir la transmission des compétences artisanales et à éviter ainsi leur déclin avec un cadre légal, des réglementations et des subventions aux secrétariats d'apprentissage des associations artisanales. Les résultats de tous ces efforts restaient limités<sup>52</sup>.

Les commerçants et les artisans étaient généralement logés à l'étroit. Les pièces de leur demeure, peu nombreuses, étaient souvent utilisées comme dépôts ou ateliers (de réparation). Comme l'espace de vie et de labeur, le temps de travail et de loisir était à peine distinct. L'entreprise dictait le rythme du travail : il y avait toujours quelque chose à faire et un client pouvait toujours se présenter. Les moments intimes en famille étaient rares et souvent interrompus par la cloche du magasin. Il est probablement justifié de dire que la majorité des familles du commerce et de l'artisanat étaient habituées à des journées de travail longues et pénibles. Mais dans une certaine mesure, ces petits entrepreneurs cultivaient leur éthique de travail. Sans être en mesure de fournir des indications convaincantes à cet égard, ils prétendaient constamment qu'ils devaient eux-mêmes travailler beaucoup plus dur que leurs employés ou, par extension, tous les salariés.

---

<sup>50</sup> Cl. ZALC, « Petits entrepreneurs étrangers en ville. Implantations urbaines, réseaux migratoires et solidarités professionnelles à Paris dans l'entre-deux-guerres », *Histoire urbaine*, 2001, p. 67-82 ; id. *Melting shops. Une histoire des commerçants étrangers en France*, Paris, Perrin, 2010 ; A.-S. BRUNO, C. ZALC (dir.), *Petites entreprises et petits entrepreneurs étrangers en France 19<sup>e</sup>-20<sup>e</sup> siècles*, Paris, Publibook, 2006. Pour la Belgique, sur une période plus récente : J. DE BOCK, « Of employers, uncles and interpreters : the diverse trajectories of guest workers to the Belgian city of Gent, 1960–1975 », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, n°44, 2018, 7, p. 1233-1249.

<sup>51</sup> S. STEFFENS, *Untersuchungen zur Mentalität belgischer und deutscher Handwerker anhand von Selbstzeugnissen (spätes 18. bis frühes 20. Jahrhundert)*, thèse de doctorat, ULB, 1999 ; id., « Le nom de l'apprenti : une analyse du vocabulaire socio-professionnel », *Revue belge de Philologie et d'Histoire*, n°79, 2001, 2, p. 591-617.

<sup>52</sup> S. JAUMAIN, *Les petits commerçants, op.cit.*, p. 243-246 ; R. DONCKELS, P. SABLON et F. VAN HOOTEGEM, *Ondernemers vormen ondernemers. Middenstandsopleiding: een verhaal van mensen*, Roulers, Roularta, 1998 ; S. LEMBRE, « La 'crise' de l'apprentissage : de l'échec à la loi (fin XIX<sup>e</sup> siècle – années vingt) », dans N. COQUERY et M. DE OLIVEIRA (dir.), *L'échec a-t-il des vertus économiques ?*, Paris, Comité pour l'histoire économique et financière de la France, 2015, p. 309-318. Pour illustrer le discours : H. LAMBRECHTS, *L'apprentissage de demain dans les métiers bourgeois*, Bruxelles, 1906 ; J. GUYOT, *Le relèvement de l'apprentissage des métiers*, Bruxelles, 1924 ; A. BASÈQUE, *L'apprentissage des petits métiers dits métiers bourgeois. Plaidoyer en faveur du recrutement de la main-d'œuvre pour la formation d'ouvriers des 'métiers bourgeois'*, Charleroi, 1919.

Au XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup> siècle les magasins restaient souvent ouverts de 12 à 15 heures par jour, généralement sept jours sur sept. Les jours fériés, certaines professions, comme les boulangers, devaient travailler encore plus dur<sup>53</sup>. En fermant, le boutiquier craignait de perdre des clients. Ses heures d'ouverture étaient aussi liées aux saisons et aux habitudes commerciales locales. Dans les villes de province, par exemple, il y avait presque tous les jours un marché. Les gens qui s'y rassemblaient étaient bien sûr des clients potentiels du commerce de détail établi ou de la restauration. Le samedi, les travailleurs recevaient leur salaire hebdomadaire : les comptes en souffrance pouvaient donc être réglés. Le dimanche était un jour de congé pour de nombreux salariés. L'après-midi, la bourgeoisie aimait se promener dans le cœur commercial de la ville pour faire ses courses. Après 1880, les longues heures d'ouverture du commerce indépendant constituaient aussi une arme concurrentielle importante dans la lutte contre la grande distribution émergente. Parfois, en particulier dans le domaine du commerce alimentaire et sur le plan local, des jours de fermeture sectorielle pourraient être convenus. Mais la fragilité de ces accords est claire, comme le montrent par exemple les témoignages devant la Commission nationale belge de la petite bourgeoisie (1902-1904)<sup>54</sup>. Déjà au début du siècle, puis à partir des années 1920, toutes sortes de propositions ont circulé en faveur d'un jour de fermeture hebdomadaire obligatoire, mais ce n'est qu'en 1960-1961, qu'il a vu le jour en Belgique<sup>55</sup>. La controverse féroce et très durable, en France, sur l'application dans le petit commerce des lois de 1906 et 1923 sur le repos dominical n'a été partiellement calmée que par la circulaire du 31 juillet 1975<sup>56</sup>. La réglementation de la fermeture obligatoire du soir dans le commerce et l'artisanat n'est intervenue qu'en 1973, tant en Belgique qu'en France.

Les longues journées de travail et l'extrême flexibilité du détaillant et de l'artisan masquaient souvent la faible rentabilité de son entreprise. Une main-d'œuvre (familiale) bon marché et de longues journées de travail permettaient de maintenir l'entreprise à flot, avec des marges et des chiffres d'affaires parfois ridiculement bas. De plus, commerçants et artisans n'avaient souvent aucune idée de ces paramètres faute de comptabilité et de vision claire sur la structure des coûts, voire du chiffre d'affaires et des marges bénéficiaires. Les flux financiers de la famille et des entreprises étaient souvent mélangés, les dépenses de la famille payées par le tiroir du magasin. Au cours des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, divers efforts ont été faits pour tenter d'améliorer la comptabilité

---

<sup>53</sup> D. BERTAUX et I. BERTAUX-WIAME, « Artisanal bakery in France: How it lives and why it survives », dans F. BECHHOFFER et B. ELLIOTT (ed.), *The Petite Bourgeoisie. Comparative Studies of the Uneasy Stratum*, Londres, MacMillan, 1983, p. 155-181.

<sup>54</sup> L'enquête orale organisée par la Commission nationale de la petite bourgeoisie (arrêté royal du 10 avril 1902) ambitionnait « de s'enquérir de la situation des classes moyennes appartenant à l'industrie ou au commerce » : G. KURGAN, « À la recherche », art.cit. ; S. JAUMAIN, *Les petits commerçants*, op. cit., p. 103-128. Voir aussi: P. DELFOSSE, « La petite bourgeoisie en crise et l'État : le cas belge 1890-1914 », *Le Mouvement Social*, n° 114, janvier-mars 1981, p. 85-105 ; L. GAIARDO, *L'Organisation de la petite bourgeoisie urbaine (1890-1914)*, mémoire de licence, ULB, 1979.

<sup>55</sup> S. JAUMAIN, *Les petits commerçants*, op. cit., p. 129-133 ; P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging*, op. cit., p. 203-205.

<sup>56</sup> R. BECK, « L'ouverture dominicale des boutiques au début du XX<sup>e</sup> siècle », dans N. COQUERY (éd.), *La boutique et la ville*, Tours, Publications de l'Université François Rabelais, 2000, p. 63-84 ; H.-G. HAUPT, « Les petits commerçants et la politique sociale : l'exemple de la loi sur le repos hebdomadaire », *Bulletin du Centre d'histoire de la France contemporaine*, n° 8, 1987, p. 7-34 ; T. JACQUES, « La grande distribution et le repos dominical. Aux origines d'une controverse vieille de 45 ans », *Le Mouvement Social*, n° 251, 2015, 2, p. 15-32.

et l'administration de gestion embryonnaires des entreprises indépendantes. Depuis les années 1880 diverses institutions et associations organisaient des cours sur ces sujets pour les chefs d'entreprise et leurs enfants<sup>57</sup>. Les grossistes fournissaient des tableaux comptables simples. Durant et après la guerre, le gouvernement a imposé de premières exigences légales. Mais les effets de tous ces efforts ont été négligeables. Le détaillant et l'artisan moyens ne prêtaient guère attention à leur comptabilité, à leurs yeux cette paperasserie servait principalement à satisfaire les contrôleurs des impôts<sup>58</sup>.

### 3. Un travail entrelacé avec l'espace local

L'emplacement, la clientèle et la gamme de produits étaient donc des facteurs déterminants pour le succès et le statut d'une entreprise indépendante. Mais à leur tour, les commerces et ateliers déterminaient également dans une large mesure le *standing*, l'identité spatiale d'une rue ou d'un quartier et par extension, de l'espace urbain. Le rôle du magasin dans la ville n'est donc pas purement économique ou social, mais se rapporte à un aspect fondamental de la vie urbaine : l'interaction entre les personnes. Les activités des détaillants et des artisans répondaient non seulement aux besoins de consommation des habitants, mais coloraient aussi la vie communautaire. Elles y déterminaient en partie la manière dont les gens interagissaient les uns avec les autres<sup>59</sup>.

L'espace économique local constituait le biotope naturel de l'entrepreneur indépendant. Pour son projet d'entreprise, la localisation était un facteur déterminant. Cette implantation était bien sûr liée à la clientèle que l'on souhaitait atteindre, tant celle de proximité que de passage. L'emplacement et la gamme de produits déterminaient largement le statut de l'entreprise et donc l'image de soi du groupe familial qui l'exploitait. Mais il est clair que le statut des professions indépendantes aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles était ancré dans des hiérarchies beaucoup plus anciennes et que la perception de cette hiérarchie par le public a évolué. L'architecture et l'aménagement intérieur des ateliers, des cafés ou des magasins soulignent cette position dans la hiérarchie commerciale. Cela se reflète également dans la multitude de termes utilisés dans certains secteurs pour décrire la hiérarchie des professions et entreprises<sup>60</sup>.

---

<sup>57</sup> Un bon aperçu de ces efforts fait défaut, tout comme une étude générale de l'histoire de « l'enseignement commercial appliqué ». Voir cependant G. BODE et M. THIVEND (éd.), « Les formations commerciales pour les filles et les garçons, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles », *Histoire de l'éducation*, n° 136, 2012 ; S. LEMBRE, *Histoire de l'enseignement technique*, Paris, La Découverte, 2016 ; M. D'HOKER, *Ontwikkeling van het nijverheids- en beroepsonderwijs voor jongens in België, ca. 1890-1914*, dissertation doctorale, Leuven, 1980 et M. VANTHOURNOUT, *Bijdrage tot de ontwikkeling van het handelonderwijs, 1865-1914*, dissertation de licence, Leuven, 1984. Pour la Flandre, voir le rôle pionnier du Gantois Jules TACK (1882-1972) : J. TACK, *Het handelonderwijs voor den middenstand: voor de practijk in middenstandszaken, het onderwijs aan handels- en vakscholen, inrichtingen van middelbaar onderwijs en normaalscholen, en voor zelfonderricht en examenopleiding*, Gand, Vanderpoorten, 1920 ; id., *Modern boekhouden voor handelaars en stieldoenden naar een gansch nieuwe methode omgewerkt*, s.l., 1927.

<sup>58</sup> A. HARDEWYN, *Tussen sociale rechtvaardigheid en economische efficiëntie*, op.cit.

<sup>59</sup> J. STOBART, « City centre retailing in late nineteenth and early twentieth century Stoke-on-Trent: structures and processes », dans J. BENSON, L. UGOLINI, op. cit., p. 155-178.

<sup>60</sup> Ch. BOGAERT, K. LANCLUS, G. DESEYN, « Van winkelen en puien », *Monumenten en Landschappen*, n°2, 1983, 1, p. 2-41 et n°6, 1, p. 8-33 ; M. VERBEECK, « Van herberg tot café », *Monumenten en Landschappen*, n°6, 1987, 1, p. 34-47 ; K. ENNEKENS, *Goed bewaarde winkelinterieurs - sinds 1875*, Anvers, Luster, 2014 ; R. STEENMEYER, « Winkels, warenhuizen en overdekte markten », dans R. BAETENS (ed.), *Industriële revoluties in de provincie*

Les commerçants et artisans défendaient les intérêts économiques de leur biotope ou habitat local. Ils chérissaient souvent une forte identité locale et étaient très impliqués dans des structures et des pratiques où l’imaginaire de cette identité était vécu et confirmé : des associations folkloriques et vernaculaires, des processions ou autres défilés, des fêtes et foires locales, etc. Les activités dans la rue et dans le quartier, le comportement (d’achat) des résidents étaient soigneusement observés. Les voisins étaient censés faire leurs achats chez les détaillants locaux<sup>61</sup>. On se méfiait des gens qui n’appartenaient pas à cette communauté imaginée. C’était certainement le cas pour les colporteurs et autres commerçants ambulants. Sous la pression du commerce « établi et honnête », ils étaient soumis à des réglementations de plus en plus nombreuses et sévères<sup>62</sup>.

Néanmoins le succès d’un quartier commercial était aussi souvent lié à la mobilité et à l’accessibilité. Cela explique pourquoi les commerçants et les artisans réagissaient avec véhémence aux travaux publics, à la construction de nouveaux axes de circulation ou aux projets d’expansion urbaine. Le remarquable déplacement de la structure spatiale de l’appareil urbain, commercial et artisanal dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle était bien sûr lié à la croissance de ces agglomérations, à la construction de nouvelles voies de circulation et d’infrastructures. Plusieurs anciens axes commerciaux ont perdu de leur importance avec l’arrivée du chemin de fer, le tracé de nouvelles avenues ou de nouvelles lignes de tramway : les commerçants qui y avaient traditionnellement trouvé leur place et leurs clients, ont ainsi disparu. Mais ces mêmes changements structurels ont créé de nouveaux pôles d’attraction commerciaux dynamiques. Presque toutes les villes, par exemple, ont vu une nouvelle rue commerçante se développer le long de la principale route de liaison entre leur centre et la gare. Ce paysage commercial dynamique a contribué de manière significative à l’apparence et à la convivialité urbaines, et ainsi à son identité<sup>63</sup>.

L’exemple des galeries marchandes a appris au petit commerce indépendant qu’il pouvait créer de puissants pôles d’attraction en offrant des services et des produits très différents mais complémentaires dans une même rue ou sur une même place. Cette synergie restait néanmoins fragile, car la disparition de quelques entreprises pouvait amorcer une spirale descendante<sup>64</sup>. Cependant, cette recherche de complémentarité dans le commerce de détail est un fait moderne<sup>65</sup>. Depuis le Moyen Âge et pendant des siècles, les différentes professions artisanales et

---

*Antwerpen*, Anvers, Standaard, 1984, 359-367. Dans une perspective internationale : K. A. MORRISON, *English Shops and Shopping. An Architectural History*, New York, Yale University Press, 2003.

<sup>61</sup> P. HEYRMAN, « Van winkels en winkeliers. De sociale identiteit van kleinhandelaars », dans H. DEFOORT, W. DE VUYST (dir.), *Veldstraat/Gent*, Tielt-Gand, Lannoo, 2005, p. 38-69.

<sup>62</sup> S. JAUMAIN, « Un métier oublié », art. cit.; P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging*, op cit., p. 333-335.

<sup>63</sup> A. ARNOUT, *Streets of splendor. Shopping culture and spaces in a European Capital City (Brussels 1830-1914)*, New York, Routledge, 2019.

<sup>64</sup> J. H. FURNÉE et C. LESGER (ed.), *The Landscape of Consumption. Shopping Streets and Cultures in Western Europe, 1600-1900*, Londres, Palgrave Macmillan, 2014 ; J. H. FURNÉE, « Winkelatalages als modern massamedia. Visuele cultuur en sociale verhoudingen in Den Haag, 1850-1890 », *De Negentiende Eeuw*, n° 27, 2, juin 2003, p. 75-106 ; id., « 'Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet'. Consumptiecultuur en stedelijke ruimte in Den Haag, 1850-1890 », dans M. ALTENA et al. (ed.), *Sekse en de city. Vrouwen en de stad in de negentiende eeuw, Jaarboek voor vrouwengeschiedenis*, n° 22, 2002, p. 28-55.

<sup>65</sup> C. LESGER, *Het winkellandschap van Amsterdam: Stedelijke structuur en winkelbedrijf in de vroegmoderne en moderne tijd*, Hilversum, Verloren, 2013.

commerciales se concentraient dans des quartiers et des rues bien définies. Leurs guildes et métiers y surveillaient les prix et la qualité. Après la disparition de ces corporations, mais en fait souvent seulement à partir de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, les professions indépendantes ont commencé à se répandre progressivement dans la ville. Cela s'est fait de manière très progressive et prudente. Certains métiers restaient concentrés, pour toutes sortes de raisons : organisation du travail, approvisionnement en matières premières, questions logistiques, d'infrastructures ou sanitaires. Dans la plupart des villes de Belgique et du nord de la France les bouchers, par exemple, ont continué à travailler à proximité des abattoirs publics pendant tout le XIX<sup>e</sup> siècle<sup>66</sup>. Ce n'est que vers 1900 que la technologie moderne de réfrigération leur a permis d'essaimer dans le tissu urbain.

Le profil social du quartier ou du village déterminait largement la structure du commerce de détail et de l'artisanat locaux. Les quartiers populaires comptaient davantage d'épiceries, de bureaux de tabac et de cafés. Les boulangers, coiffeurs et cordonniers étaient répartis plus uniformément dans la ville. Le commerce de détail de luxe s'installait au centre-ville, dans les quartiers chics où la noblesse et la bourgeoisie résidaient en hiver<sup>67</sup>. C'est dans ces magasins de nouveautés que le phénomène moderne mais aussi multiforme de la « boutique » est apparu aux XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles et que les innovations les plus importantes en matière de distribution ont été introduites : prix fixes, paiement au comptant, rotation rapide des stocks, remises saisonnières et promotionnelles etc. C'est également là que les premiers grands magasins ont vu le jour et que, par extension, la culture moderne du shopping et de la consommation a pris racine<sup>68</sup>.

Partout où ils se sont installés, les boutiquiers et artisans étaient bien conscients de l'interdépendance entre leur entreprise et l'espace dans lequel elle était située. Cet enchevêtrement n'est pas surprenant. Le quartier était l'espace où ils trouvaient leurs clients et leurs revenus, vivaient et travaillaient, élevaient leurs enfants et s'engageaient dans la vie associative. Ce dernier élément, l'appartenance importante des petits commerçants et artisans à la vie associative locale et la grande importance qu'ils attachent à cet engagement a été qualifié par certains auteurs comme la *Vereinsmeierei* typique de la petite bourgeoisie<sup>69</sup>. Un mandat dans la politique locale, un siège au tribunal de commerce ou à la fabrique d'église, ou encore la présidence d'honneur d'une association de musique, de sport ou de théâtre, par exemple, était pour beaucoup le couronnement ultime de la vie. Les associations artisanales et commerciales organisaient des décorations festives, des foires et même des concours de vitrines. Lors des processions folkloriques, des défilés et autres manifestations rituelles, boutiquiers et artisans étaient toujours présents, comme s'ils ne voulaient pas manquer une occasion de faire comprendre qu'ils étaient un élément crucial du tissu urbain,

---

<sup>66</sup> Deux études de cas intéressantes : D. DEPAEPE, *Beenhouwerij en vleesverbruik in Kortrijk tussen 1880 en 1914*, mémoire de licence, K U Leuven, 2001, surtout p. 45-52 ; M. DEWAELE, « De aristocraten van de middenstand. Beenhouwers en slagers in Gent. (1850-1990) », *Tijdschrift voor Industriële Cultuur*, 2003, 21, p. 27-72.

<sup>67</sup> Une excellente étude de cas : W. LEFEBVRE, *De ontwikkeling van de voedingshandel tijdens de tweede helft van de negentiende eeuw (1860-1910)*, mémoire de licence, K U Leuven, 2001.

<sup>68</sup> N. ALEXANDER et G. AKEHURST, *The Emergence of Modern Retailing, 1750-1950*, *Business History*, 40, 1988 ; G. CROSSICK et S. JAUMAIN (ed.), *Cathedrals of consumption. The European department store (1850-1939)*, Aldershot, Ashgate, 1999.

<sup>69</sup> R. KOSHAR, « Cult of Associations ? The Lower Middle Classes in Weimar Germany », dans R. KOSHAR (ed.), *Splintered classes. Politics and the lower middle classes in interwar Europe*, New York, Holmes & Meier, 1990, p. 31-54.

de son histoire, de son identité. Dans les années 1920, mais aussi plus tard, ils ont parfois rendu public leur mécontentement en atténuant collectivement leur éclairage extérieur, un moyen d'action qu'ils appelaient, ironiquement, « grève lumière »<sup>70</sup>.

La boutique, l'atelier, le café et les salons de coiffure étaient des lieux de rencontre importants, des centres de sociabilité locale<sup>71</sup>. Des nouvelles et des ragots étaient échangés, l'actualité (locale) était un sujet central de discussion. De derrière leur comptoir, les boutiquiers et cafetiers avaient ainsi une excellente vue sur la vie (privée) des voisins. La sociabilité majoritairement féminine du magasin de quartier était un puissant moyen de fidélisation de la clientèle, plus encore que l'octroi d'un report de paiement. Les commerçants et les artisans poussaient leurs clients à acheter en jouant sur leurs sentiments et leur imagination. Mais ils se considéraient avant tout comme des conseillers. Leurs messages promotionnels se concentraient sur la réputation, la proximité, l'expertise en matière d'assortiment et de matériaux, les connaissances professionnelles, la qualité des soins et du service. Ces valeurs étaient parfois affichées sur des panneaux, traduites en devises et en inscriptions. Voilà d'où vient l'aversion des détaillants pour le produit de marque préemballé et la fixation croissante du public moderne sur le prix des produits et services<sup>72</sup>.

L'importance croissante accordée par l'opinion publique à l'emploi et à la productivité a également été mal acceptée. Dans ces domaines, les commerçants, les artisans et même les PME de croissance familiale ont dû reconnaître la supériorité de l'industrie lourde et de la grande distribution. Mais il va sans dire que les entreprises familiales étaient également d'importants pourvoyeurs d'emplois dans leurs communautés locales. Ce travail était évidemment très diversifié, dans le commerce de détail et la restauration, souvent saisonnier et temporaire. En outre et surtout dans les quartiers populaires, les commerçants et les gérants de cafés servaient souvent de médiateurs dans la recherche d'un travail ou d'un logement. De fait, les entreprises familiales ont créé des emplois stables et cela dans des conditions souvent très favorables. Néanmoins, les salaires étaient parfois payés en partie en nature et la réglementation n'était pas toujours totalement respectée. Cependant, on sait très peu de choses sur les conditions particulières du travail dans les petites entreprises au XIX<sup>e</sup> siècle. Selon les groupes d'intérêt des détaillants et des artisans, l'entreprise familiale était un environnement de travail chaleureux. La main-d'œuvre faisait preuve d'une grande loyauté, et en raison de la proximité entre employeur et employé, les rares conflits étaient souvent résolus de manière pragmatique<sup>73</sup>.

Toutes ces formes de dépendance et d'interaction expliquent pourquoi les commerçants se sont souvent présentés comme les défenseurs et même les mentors des classes populaires de leur

---

<sup>70</sup> Pour les premiers exemples de ce type d'action syndicale, voir P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging, op. cit.*, p. 190.

<sup>71</sup> S. ZDATNY, *Fashion Work and Enterprise in Modern France*, New York, Palgrave Macmillan, 2006 ; id., *Coiffure, famille, patrie : collaboration et Résistance*, La Ferté-Saint-Aubin, éd. de l'Archer, 1999.

<sup>72</sup> E.g. M. HILTON, « Retailing history as economic and cultural history: strategies of survival by specialist tobacconists in the mass market », dans N ALEXANDER et G. AKEHURST (ed.), *The emergence of modern retailing, 1750-1950, Business history*, n° 40, 1998, 4, p. 115-137.

<sup>73</sup> Quelques exemples dans S. JAUMAIN, *Les petits commerçants, op.cit.*, p. 202-214 ; P. HEYRMAN, *Zelfstandigen in beweging. Middenstandsorganisatie in de provincie Antwerpen (1854-1994)*, Anvers, Middenstandsinstituut voor Cultuurverspreiding en Aanvullende Beroepsopleiding, 1995.

quartier. Mais les boutiquiers et artisans ne participaient pas ou peu à la culture ouvrière<sup>74</sup>. Ils se méfiaient des mouvements de travailleurs (socialistes, chrétiens et autres), de leurs programmes politiques et de la concurrence de leurs coopératives. Et ce sentiment était réciproque<sup>75</sup>. Bien sûr, les travailleurs achetaient chez eux, souvent à crédit. Les sources font également référence à des boutiquiers ou cafetiers qui soutenaient les grévistes ou chômeurs de leur quartier en leur accordant des crédits clients. Mais cette solidarité avait ses limites, comme le montre, par exemple, la demande répétée du petit commerce de simplifier les dispositions juridiques relatives à la saisie des salaires<sup>76</sup>. Le soutien et même la participation remarquable d'indépendants aux actions et manifestations ouvrières dans les centres industriels belges et françaises montrent qu'il y a parfois eu des possibilités de rapprochement et même de communauté de destin entre ouvriers et petits entrepreneurs.

Mais en général le discours des indépendants après 1850 soulignait les différences entre leur travail et celui des salariés. Ces derniers assumaient beaucoup moins de responsabilités, couraient des risques (de revenu) plus faibles, leurs tâches étaient plus simples. Dans leur mode de vie, les artisans et détaillants se référaient aux mode de vie et normes bourgeoises<sup>77</sup>. À la tête de leurs associations, ils choisissaient souvent des hommes d'affaires ou des avocats reconnus. La bourgeoisie n'était pas seulement une clientèle recherchée, elle était aussi considérée comme un allié socio-politique. Le fait que ce sentiment n'ait pas toujours été réciproque a provoqué beaucoup de troubles. D'où, par exemple, les témoignages indignés de commerçants qui, vers 1900, constataient que la bourgeoisie payait souvent ses factures encore plus tard que la clientèle populaire et, en outre, faisait de plus en plus souvent ses courses aux grands magasins<sup>78</sup>.

#### 4. Travail indépendant: identité, discours et imagination

Plusieurs auteurs se sont demandé si les détaillants et les artisans des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles n'adhéraient pas essentiellement à un modèle économique pré-moderne, une économie de quartier

---

<sup>74</sup> Ch. HOSGOOD, « The Pigmies of Commerce' and the Working-Class Community: Small Shopkeepers in England, 1870-1914 », *Journal of Social History*, n°22, 1989, p. 439-460.

<sup>75</sup> Concernant la relation problématique entre mouvement socialiste et indépendants : S. JAUMAIN, « Les petits commerçants et la frontière entre petite bourgeoisie et classe ouvrière (1880-1914) », *Aux frontières des classes moyennes*, *op.cit.*, p. 101-113 ; B. GROppo, « Classes moyennes et fascisme italien : réflexions et analyses des contemporains » dans H. MÖLLER, G. RAULET et A. WIRSCHING (ed.), *Gefährdete Mitte? Mittelschichten und politische Kultur zwischen den Weltkriegen: Italien, Frankreich und Deutschland*, Beihefte der Francia XXIX, Sigmaringen, 1993, p. 19-34 ; J. GAILLARD, « La petite entreprise en France au XIX<sup>e</sup> et au XX<sup>e</sup> siècle », dans *Petite entreprise et croissance industrielle dans le monde aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, I, Paris, CNRS éd., 1981, p. 131-177 ; P. HEYRMAN, « Popular anti-cooperatism in Belgium (1880-1914) », dans A. CIAMPANI et P. ACANFORA(ed.), *Alle origini dell'International Co-operative Alliance (1895-1913). Elites, congressi e dinamiche di un movimento economico e sociale*, Rome, Rubbettino Università, 2017, p. 153-177.

<sup>76</sup> G. CROSSICK et H.-G. HAUPT, *The petite bourgeoisie*, *op.cit.*, p. 166-190 ; S. JAUMAIN, *Les petits commerçants*, *op.cit.*, p. 620-629.

<sup>77</sup> J. EHMER, « The Artisan Family in Nineteenth-Century Austria: Embourgeoisement of the Petite Bourgeoisie? », dans G. CROSSICK, H.-G. HAUPT (ed.), *Shopkeepers and Master Artisans*, *op. cit.*, p. 195-218.

<sup>78</sup> Voir les témoignages devant la Commission nationale (belge) de la petite bourgeoisie. Presque 28% des interrogés mentionnent le « crédit clients ». S. JAUMAIN, *Les petits commerçants*, *op.cit.*, p. 80-83. Sur l'inquiétude et les efforts pour promouvoir le paiement comptant parmi la bourgeoisie, O. PYFFEROEN, *Nationale Bond voor Contante Betaling. Rede uitgesproken op het Congres der Kleine Burgerij te Namen de 15 september 1901*, 1901 ; A. BEERNAERT, *Ligue nationale du paiement comptant. La plaie du crédit forcé, ses abus, ses remèdes*, Bruxelles, De Bruyn, 1906.

autosuffisante, régie par un code éthique complexe. Cette économie morale sûre et prévisible était, en quelque sorte, leur alternative à la violence capitaliste dans le monde qui les entourait. Là, des relations économiques équitables et stables pouvaient être garanties, de sorte que la part de chaque acteur était assurée<sup>79</sup>. Il va sans dire que nous ne pouvons pas attribuer cette vision du monde à tous les travailleurs indépendants des deux derniers siècles. Mais le fait de travailler pour son propre compte et l'incertitude du lendemain ont clairement déterminé le discours et les actions sociopolitiques des détaillants, artisans, cafetiers et hôteliers. Avant tout ils espéraient des marchés et un environnement stables, afin de pouvoir travailler et investir avec moins de risques. La croissance économique, l'expansion du marché, les innovations techniques et scientifiques, la mécanisation et les phénomènes connexes n'ont donc pas été rejetés, pour autant qu'ils ne provoquaient pas d'ondes de choc et pouvaient être absorbés financièrement et logistiquement.

Diverses études soulignent le localisme des travailleurs indépendants et leurs horizons de vie limités, conséquence de l'isolement du lieu de travail, des longues journées de labeur et du manque de temps libre. Cette disposition au repli sur soi, peut-être même au nombrilisme, peut aider à mieux comprendre le discours souvent xénophobe des détaillants et des artisans aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles. Les personnes extérieures à leur monde fermé étaient considérées avec méfiance et trop rapidement condamnées<sup>80</sup>. Cela se traduisait aussi dans une aversion quelque peu primitive pour les structures financières, administratives ou économiques à grande échelle et anonymes. Elle explique également la férocité avec laquelle les indépendants ont défendu leur activité professionnelle. L'entrepreneuriat familial était perçu comme une lutte pour la survie, un combat de vie et de mort entre la famille et le monde extérieur, un duel d'un contre tous. La spécificité du travail indépendant était soulignée, les attitudes et les compétences des entrepreneurs présentées comme exclusives. En d'autres termes, toute personne qui n'était pas née ou impliquée dans une entreprise familiale ne savait pas ce que signifiait être indépendant<sup>81</sup>.

Nous avons souligné que le chemin emprunté par les travailleurs indépendants à la recherche d'une sorte d'identité commune était loin d'être simple. Leur profession, la spécificité du travail effectué et les compétences et connaissances requises à cette fin ont sans doute été un premier fondement de cette autodétermination. Cherchant à établir un lien avec les anciennes traditions corporatistes, les travailleurs indépendants et surtout les artisans se définissent avant tout comme membres d'un groupe professionnel<sup>82</sup>. Mais nous avons également souligné l'importance de la structure familiale qui soutenait leur travail, de la propriété des moyens de production et de l'indépendance économique qui devaient l'accompagner. Le sens de l'initiative, la responsabilité et le mérite sont

---

<sup>79</sup> E.P. THOMPSON, « The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century », *Past and Present*, 1971, p. 76-136 ; E. BECHHOFFER et B. ELLIOTT, « Petty Property: the Survival of a Moral Economy », dans F. BECHHOFFER, B. ELLIOTT (ed.), *op. cit.*, p. 182-200 ; J. MORRIS, *The Political Economy of Shopkeeping in Milan 1886-1922*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993.

<sup>80</sup> Voir, entre autres, F. PAPPI, « The Petite Bourgeoisie and the New Middle Class: Differentiation or Homogenisation of the Middle Strata in Germany », dans F. BECHHOFFER, B. ELLIOTT (ed.), *op. cit.*, p. 105-120.

<sup>81</sup> S. ZDATNY, *The Politics of Survival. Artisans in Twentieth-Century France*, Oxford, Oxford University Press, 1990.

<sup>82</sup> G. CROSSICK, « Past masters: in search of the artisan in European history », dans G. CROSSICK (ed.), *The artisan and the European town 1500-1900*, Aldershot, Ashgate, 1997, p. 1-40.

autant d'éléments qui se sont imbriqués dans cette matrice de concepts qui soutenait leur image de soi<sup>83</sup>.

Cette estime de soi contraste fortement avec le discours quelque peu dédaigneux, tant dans les milieux populaires que dans les rangs de la haute bourgeoisie et de la noblesse. Les commerçants et les artisans y étaient associés presque exclusivement à la médiocrité, à l'avarice, à la prétendue amabilité, au dilettantisme culturel et au volontarisme politique<sup>84</sup>. Ces images contradictoires sont ancrées dans deux discours sociaux plus anciens et très persistants sur les « classes moyennes », l'un très pessimiste, l'autre exagérément élogieux.

Les racines de l'image pessimiste sont claires. L'analyse de Karl Marx en 1848 ne laisse pas grand-chose à l'imagination : « Les classes moyennes, les petits fabricants, les détaillants, les artisans, les paysans, tous luttent contre la bourgeoisie parce qu'elle est une menace pour leur existence en tant que classes moyennes. Elles ne sont donc pas révolutionnaires, mais conservatrices ; bien plus, elles sont réactionnaires : elles cherchent à faire tourner à l'envers la roue de l'histoire. Si elles sont révolutionnaires, c'est en considération de leur passage imminent au prolétariat »<sup>85</sup>. Cette représentation d'une catégorie sociale condamnée à disparaître, mais aussi très volatile et utilisant tous les moyens à sa disposition pour survivre, s'est révélée très puissante. Aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, de nombreux intellectuels ont placé l'entreprise indépendante en marge, voire en dehors, de la modernité. Le poids politique croissant des mouvements ouvriers et du patronat industriel semblait confirmer l'image d'une catégorie sociale frustrée, opprimée par les forces dominantes du travail et du capital. Au sein du mouvement ouvrier, le petit commerce surtout avait une réputation de plus en plus douteuse. Le chef de file socialiste belge Émile Vandervelde (1866-1968) par exemple l'a formulée comme suit : « Le commerce n'est pas utile pour servir les besoins de la production et de la consommation [...] son rôle est subordonné. Improductif de sa nature, il n'ajoute rien par lui-même en quantité, ni en qualité »<sup>86</sup>.

L'image d'une classe moyenne commerçante et artisanale obsolète et réactionnaire, « entre le marteau et l'enclume » s'est progressivement installée dans l'opinion publique, non seulement à travers les écrits des intellectuels socialistes et progressistes, mais aussi dans la littérature. Les exemples sont nombreux, mais rappelons simplement *Au bonheur des dames* d'Émile Zola (1840-1902) ou ses épigones néerlandophones tels que Herman Heijermans (1864-1924)<sup>87</sup>. Pendant l'entre-deux-guerres, des analystes comme Luigi Salvatorelli (1886-1974) et Theodor Geiger (1881-1952) cherchaient et trouvaient dans les *Mittelstände* des explications sur l'origine et la percée du fascisme<sup>88</sup>. L'idée selon laquelle cette classe moyenne désireuse de « renverser la roue de l'histoire », avait cédé à l'extrémisme politique dans la crise des années 1930, s'est imposé dans la sociologie américaine d'après-guerre et par la suite dans les travaux de nombreux historiens. Ce

---

<sup>83</sup> F. GRESLE, *L'univers de la boutique*, Lille, Presses universitaires de Lille, 1981, p. 155-56.

<sup>84</sup> A. PLESSIS, « L'opinion des Français sur le monde la boutique », dans J. MARSEILLE (dir.), *La révolution commerciale en France. Du Bon Marché à l'hypermarché*, Paris, Le Monde éd., 1997, p. 11-12.

<sup>85</sup> K. MARX et F. ENGELS, *Le manifeste du parti communiste*. Paris, 1872 ([www.marxistes.org/français](http://www.marxistes.org/français)), 47.

<sup>86</sup> E. VANDERVELDE, *Le collectivisme et l'évolution industrielle*, Paris, Belais, 1904, p. 60.

<sup>87</sup> H. HEIJERMANS, *De Opgaande zon. Spel van de middenstand in vier bedrijven*, Amsterdam, 1908 ; G. P.M. ROOSE et J. DE SCHUYTER, *De Gesloten blinden: spel uit den middenstand in één bedrijf*, Anvers, Janssens, 1914.

<sup>88</sup> Th. GEIGER, « Panik im Mittelstand », *Die Arbeit*, 7, 1930, p. 637-654 ; L. SALVATORELLI, *Nazionalfascismo*, Turin, Piero Gobettied, 1923.

discours faisait référence à l'appauvrissement des classes moyennes et des travailleurs indépendants en particulier, à la volatilité politique de leurs organisations, à leur sentiment de privation relative, à leur anti-modernisme populaire et même à leur autoritarisme et fétichisme du pouvoir<sup>89</sup>.

Sur la droite on construisait un discours complètement différent sur la signification sociale des entrepreneurs indépendants, bien que, là aussi et de plus en plus, des questions aient été posées sur la surpopulation du commerce de détail<sup>90</sup>. La classe moyenne n'était pas condamnée à disparaître, mais devait être chérie et soutenue. En effet, en tant qu'amortisseur et agent de liaison social, capable d'équilibrer la société, elle était même décrite comme l'épine dorsale de la nation<sup>91</sup>. Ce discours faisait en quelque sorte référence à la façon dont la bourgeoisie du XIX<sup>e</sup> siècle glorifiait l'expansion du commerce et de l'industrie et mettait en évidence le mérite des entrepreneurs. Mais en réalité, le concept de « classes moyennes » et l'imagerie associée étaient principalement ancrés dans le rêve conservateur et en quelque sorte néothomiste d'une société harmonieuse et orientée vers le centre<sup>92</sup>. Pour de nombreux auteurs conservateurs, la strate tant méprisée par Marx devenait « le juste milieu entre ces extrêmes de la société actuelle »<sup>93</sup>. Bien sûr, cette classe moyenne ou petite bourgeoisie était conçue beaucoup plus largement. D'autres groupes intermédiaires tels que les employés, les fonctionnaires, les cadres et les professions libérales y étaient inclus, parfois comme « nouvelles classes moyennes »<sup>94</sup>. Toutefois, détaillants et artisans se voyaient comme le cœur de cette catégorie imaginée. En se représentant comme « trait d'union naturel », ils espéraient pouvoir défendre leurs revendications et leurs préoccupations avec plus de réussite dans l'arène sociopolitique. Ces métaphores ont alimenté de nombreuses définitions ainsi que des stratégies et alliances (plus ou moins) corporatistes et antisocialistes.

---

<sup>89</sup> A. J. MAYER, « The Lower Middle Class as a Historical Problem », *Journal of Modern History*, 1975, p. 434 ; W. REICH, *The Mass Psychology of Fascism*, New York, 1970 ; N. POULANTZAS, *Fascisme et dictature*, Paris, Seuil, Maspero, 1974 ; H. A. WINKLER, *Mittelstand, Demokratie und Nationalsozialismus. Die politische Entwicklung von Handwerk und Kleinhandel in der Weimarer Republik*, Cologne, Kiepenheuer & Witsch, 1972 ; S. M. LIPSET, *Political Man: The Social Bases of Politics*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1981, p. 127-152 ; R. UNTERSTELL, *Mittelstand in der Weimarer Republik. Die soziale und politische Orientierung von Handwerk, Kleinhandel und Hausbesitz, 1919-1933. Ein Überblick*, Frankfurt am Main, 1989 ; R. KOSHAR (ed.), *Splintered classes*, op.cit.

<sup>90</sup> Voir l'analyse de Victor BRANTS, *La circulation des hommes et des choses. Précis des leçons d'économie politique*, 2<sup>e</sup> éd. Louvain, Peeters-Lecoffre-Schepens, 1892, p. 68-69. Ce professeur catholique a néanmoins plaidé avec insistance en faveur d'un renouveau de l'artisanat et d'une politique gouvernementale en suivant l'exemple allemand. V. BRANTS, *La petite industrie contemporaine*, Paris, Lecoffre, 1912 ; *id.*, *L'effort corporatif pour le relèvement des métiers en Allemagne*, Bruxelles, Hayez, 1908.

<sup>91</sup> P. HEYRMAN, « Ruggengraat van de natie ? Middenstand en democratie in België (1890-1921) », dans E. WITTE, G. KURGAN-VAN-HENTERYCK et al. (ed.), *Natie en Democratie – Nation et démocratie, 1890-1921*, Bruxelles, KVAB, 2007, p. 185-194.

<sup>92</sup> G. CROSSICK, « Metaphors of the Middle: The Discovery of the Petite Bourgeoisie, 1880-1914 », *Transactions of the Royal Historical Society*, n°4, 1994, p. 251-279 ; *id.*, « Formation ou invention des "classes moyennes" ? Une analyse comparée : Belgique - France - Grande-Bretagne (1880-1914) », *Revue belge d'histoire contemporaine*, n° 26, 3-4, 1996, p. 105-138 ; N. MAYER, « Les classes moyennes dans la vie politique française », dans H. MÜLLER, G. RAULET, A. WIRSCHING (hrsg.), *Gefährdete Mitte? Mittelschichten und politische Kultur zwischen den Weltkriegen*, Bonn, Perspectiva.net, 1993, p. 83-93.

<sup>93</sup> E. MARTIN SAINT-LEON, *Le Petit Commerce français. Sa lutte pour la vie*, Paris, Lecoffre, 1911 ; H. LAMBRECHTS, *Le problème social de la petite bourgeoisie envisagé du point de vue belge*, Bruxelles, 1902.

<sup>94</sup> L. WIJMANS, *Beeld en betekenis van het maatschappelijke midden. Oude en nieuwe middengroepen, 1850 tot heden*, Amsterdam, Van Gennep, 1987.

Cet imaginaire binaire de la petite entreprise a fortement coloré sa perception sur le plan socio-politique, la défense de ses intérêts et le déroulement hésitant d'une politique dans ce domaine. C'est une histoire très spéciale mais aussi déroutante. Depuis les dernières décennies du XIX<sup>e</sup> siècle, une série presque interminable de groupes d'intérêt et de comités d'action ont pris la parole pour défendre les intérêts du petit commerce et de l'artisanat. Ces structures étaient le plus souvent de courte durée et limitées au plan local ou régional. Leurs demandes semblaient ambiguës. D'une part, les travailleurs indépendants défendaient bec et ongles leur liberté d'entreprendre et réclamaient des prélèvements publics minimaux. Dans ce contexte, on ne doit pas seulement faire référence à l'antifiscalisme endémique en leur sein, ou à l'aversion parfois viscérale pour la bureaucratie et la technicité croissante des mesures légales ou réglementaires<sup>95</sup>. La petite entreprise se méfiait de toute forme d'intervention gouvernementale dans l'économie. Comme le montre la forte opposition de certains syndicats à la politique d'approvisionnement pendant et après la Première Guerre mondiale, il y avait même peu de compréhension pour les circonstances exceptionnelles<sup>96</sup>.

En bref, l'État devait garder ses distances. Et s'il réglementait, il devait le faire avec souplesse, en concertation avec les entrepreneurs indépendants et leurs organisations. Mais d'un autre côté (et souvent en même temps), les boutiquiers et artisans sollicitaient aussi des interventions de l'État. Les associations plus modérées pétitionnaient principalement pour des mesures d'accompagnement et de suivi, par exemple un cadre législatif et des subsides pour le crédit professionnel, la formation professionnelle, leurs expositions et services d'assurances, mais tout cela, bien sûr, en étroite concertation avec les professions concernées. Mais en temps de crise et de concurrence croissante, l'État était aussi tenu de réglementer et de contrôler les pratiques commerciales, de combattre le commerce illicite et le travail clandestin. Les groupes d'intérêt plus radicaux exigeaient des mesures protectrices du commerce de détail établi, à la fois contre ses petits et grands concurrents : colporteurs, marchés, coopératives de consommation, grands magasins et les autres formes de commerce intégrée<sup>97</sup>.

L'élite politique a eu du mal à se saisir de ces revendications complexes et même ambivalentes. Les demandes du petit commerce et de l'artisanat, ainsi que la logique de l'entrepreneuriat familial qu'elles reflétaient, semblaient en discordance totale avec les discours sociaux et politiques dominants. L'État (belge comme français) a longtemps axé sa politique économique exclusivement sur la grande industrie d'exportation. Dans sa politique sociale il accordait la priorité à des groupes cibles jugés plus vulnérables, comme le prolétariat industriel et la petite agriculture. Dans leurs programmes politiques les demandes des détaillants et des artisans étaient souvent présentées comme une compensation pour les « trop nombreux avantages » conférés à ces groupes.

La manière quelque peu imparfaite dont les détaillants et les artisans ont fait valoir leurs intérêts au sein du forum sociopolitique s'explique aussi par l'absence de groupes d'intérêt représentatifs

---

<sup>95</sup> J. DENOLF, P. HEYRMAN, P. JANSSENS et S. VAN DE PERRE, « Van protest naar dienstbetoon. Antifiscale bewegingen in België tijdens het interbellum », *Revue belge de Philologie et d'Histoire*, n° 75, 1997, p. 1123-1162.

<sup>96</sup> L.A. BERNARDO Y GARCIA, *Le Ventre des Belges. Une histoire alimentaire des temps d'occupation et de sortie de guerre (1914-1921 & 1939-1948)*, Bruxelles, Archives Générales du Royaume, 2017.

<sup>97</sup> P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging, op. cit.*, p. 490-491.

et puissants. Pendant des siècles, les indépendants avaient l'habitude de défendre leurs intérêts au niveau local. Leurs porte-paroles, par exemple les chefs de leurs guildes ou métiers, appartenaient à l'élite urbaine. Ces sociétés étaient des partenaires naturels des autorités locales. Dans de nombreuses villes, cette participation politique ancienne a survécu tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle. Les porte-paroles des professions de l'alimentation, en particulier, ont trouvé assez facile de se faire entendre par leurs autorités locales. Dans les grands centres industrialisés cependant et à partir de 1890 environ, ce dialogue commença à être régulièrement court-circuité, l'impact du commerce et de l'artisanat local sur l'administration municipale diminuant systématiquement.

En fait, c'est seulement à ce moment que le petit commerce et l'artisanat ont réellement commencé à s'organiser et à se manifester au niveau national, où la culture de la consultation était complètement différente et où d'autres groupes d'intérêt avaient déjà distribué les cartes. Ces premières fédérations du petit commerce et de l'artisanat étaient peu représentatives. Leur base restait très hétérogène et parfois instable. Il s'est également avéré difficile de relier les nombreuses organisations professionnelles au sein des structures interprofessionnelles, notamment au niveau national. En France on assiste à la création d'une Ligue syndicale du Travail, de l'Industrie et du Commerce (1888), de l'Union fraternelle du commerce et de l'industrie (1897), d'une Fédération des commerçants détaillants (1906) et d'une Association de défense des classes moyennes (1907). Après la guerre, de nombreuses autres structures suivront, entre autres une Confédération générale de l'artisanat français (1922) modérément réussie, mais vite confrontée à la sécession de l'Union des Artisans français (1924), corporatiste. En Belgique il y avait la Fédération des Commerçants Belges (1893), rebaptisée en 1896 Fédération Nationale du Commerce, de l'Industrie et de l'Agriculture et remplacée par une Fédération Nationale des Commerçants Belges (1907). Ces fédérations neutres étaient mises en échec du côté catholique par une Landsbond van de KleineBurgerij/Association nationale de la petite bourgeoisie (1900) et d'une Katholiek Middenstandsverbond van België (1913). Après la guerre, un Christelijke Landsbond van de Belgische Middenstand a été fondé qui a connu un succès particulier en Flandre. En Wallonie, cependant, c'était la Fédération Nationale des Associations de Commerçants et Détaillants-Négociants de Belgique (FNACDNB), neutre, qui dominait<sup>98</sup>. Sur le plan international, il faut certainement mentionner l'Institut International des Classes Moyennes, un *think tank* corporatiste créé à Stuttgart en 1903<sup>99</sup>.

Bien que les noms de toutes ces fédérations semblent assez impressionnants, leur impact et leur représentativité restaient très limités. Jusqu'aux années 1930 et même l'après-guerre, le petit commerce et l'artisanat manquaient de groupes d'intérêt bien structurés et stables, tant en Belgique qu'en France. En outre, le public cible n'était pas vraiment disposé à prendre un engagement syndical ou politique. Bien que les travailleurs indépendants aient pu être mobilisés plus au moins facilement pour mener des actions temporaires (pétitions, campagnes de presse ou manifestations symboliques), ils étaient réticents à s'engager dans un mouvement social durable avec un profil

---

<sup>98</sup> La vie associative des classes moyennes belges a été étudiée en profondeur dans les années 1990. Voir P. HEYRMAN, « Les organisations d'indépendants », dans P. VAN DEN ECKHOUT et G. VANTHEMSCHE (dir.), *Sources pour l'étude de la Belgique contemporaine*, Bruxelles, Commission Royale d'Histoire, 2017, II, p. 975-993.

<sup>99</sup> J. STEVENS, *Tien jaren arbeid van het Internationaal Instituut*, Den Haag [1913] ; H. LAMBRECHTS, *Contribution à l'histoire de l'Institut Internationale des Classes Moyennes*, Bruxelles, 1935 ; *60 années d'activité de l'Institut International d'Etudes des Classes Moyennes*, Stuttgart, 1962 ; E. CAROPPO, *Per la pace sociale : l'Istituto internazionale per le classi medie nel primo Novecento*, Congedo, Galatina, 2013.

politique ou idéologique prononcé. Même dans les années 1920, le degré de syndicalisation des indépendants belges et français restait très faible<sup>100</sup>.

Les groupes d'intérêt des travailleurs indépendants devaient non seulement surmonter l'hétérogénéité de leur public cible et un particularisme local souvent important, mais ils restaient également très divisés sur la voie politique à suivre. Surtout en Belgique, où depuis les années 1880 la culture politique était de plus en plus pillarisée, c'est-à-dire ancrée dans des mouvements populaires idéologiquement segmentés et fortement liés aux partis politiques dominants, les différents groupes défendant les intérêts de la petite entreprise ont mené une longue bataille interne sur leur stratégie électorale : intégration dans les soi-disant « partis d'ordre » (catholique et libéral) ou neutralité assortie de conseils de vote à leurs membres, éventuellement participation active à la lutte électorale avec des partis politiques propres ou en alliance avec des autres formations alternatives et souvent de droite. Ces stratégies ont été testées à tour de rôle, avec peu de succès. Il a fallu attendre les années de crise des années 1930 pour que les problèmes particuliers des petites entreprises, notamment du commerce de détail, apparaissent pour la première fois sur l'agenda politique<sup>101</sup>.

### **En guise de conclusion**

L'imbrication séculaire et presque naturelle de l'individu, de la famille et de l'entrepreneuriat a été durement éprouvée au cours des décennies turbulentes des années 1830 aux années 1930. Le pouvoir d'achat, le comportement, les besoins et les attentes des consommateurs ont évolué. Les moyens de mobilité et de communication ont profondément changé. Les frontières entre la ville et la campagne se sont estompées, les communautés et les marchés locaux se sont ouverts. Tous ces éléments ont constitué autant de menaces pour l'entreprise indépendante, mais ont également ouvert de nouveaux débouchés pour la petite entreprise familiale. Son importance continue dans le tissu économique belge et français prouve l'attrait et la durabilité de ce travail particulier.

Dans cet article, nous n'avons pu esquisser cette transformation continue que de manière superficielle et incomplète. Pour bien comprendre l'histoire sociale des entrepreneurs indépendants aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, il conviendrait de faire plus que citer des tendances quantitatives, commenter la logique du modèle d'entreprise familiale ou expliquer l'imbrication de l'imagerie sur ce groupe et la défense de ses intérêts. Ce sont néanmoins les conclusions les plus claires que nous pouvons tirer de l'historiographie actuelle. Le même constat peut être posé concernant la position sociale du groupe hétérogène et difficile à définir que nous avons tenté de traiter. De nombreux aspects du travail indépendant restent encore dans l'ombre. Des études

---

<sup>100</sup> En Belgique je l'estime à 7-9% ; pour l'artisanat français le chiffre est légèrement plus élevé (12-17%) : P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging, op.cit.*, p. 171.

<sup>101</sup> Un aperçu des stratégies successives dans quelques villes belges : P. HEYRMAN, S. JAUMAIN et G. VANTHEMSCHE, « De middenstandsorganisaties en de gemeenteverkiezingen in vijf Belgische steden (1895-1952) », *Belgisch Tijdschrift voor Filologie en Geschiedenis*, n° 72, 1994, 2, p. 311-380. Sur les alliances au plan national dans la période étudiée : S. JAUMAIN, *Les petits commerçants*, p.161-213 et pour les années 1920, P. HEYRMAN, *Middenstandsbeweging*, 118-136, 186-189. Pour la France : G. GOODLIFFE, *The resurgence of the radical right in France*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012, p. 115-164.

supplémentaires sont nécessaires, tant au niveau des différents secteurs que des quartiers et entreprises individuelles. Cette dernière approche, en particulier, au niveau de l'entreprise familiale elle-même, semble offrir beaucoup de perspectives. En se concentrant sur ces projets uniques, l'historien réussira probablement mieux à jeter par-dessus bord les schémas (idéologiques et politiques) qui ont jusqu'à présent encombré la recherche sur le travail indépendant. De cette façon, l'historiographie peut faire ressortir les détaillants et les artisans, considérés peut-être trop souvent comme des « intermédiaires », comme des acteurs à part entière.