

**Compte rendu de l'ouvrage de Camille Dejardin,
Madame Blakey. Une femme entrepreneure au XVIIIe
siècle, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2019,
267 p.**

Anne Montenach

► **To cite this version:**

Anne Montenach. Compte rendu de l'ouvrage de Camille Dejardin, Madame Blakey. Une femme entrepreneure au XVIIIe siècle, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2019, 267 p.. 2019. hal-02556817

HAL Id: hal-02556817

<https://hal-amu.archives-ouvertes.fr/hal-02556817>

Submitted on 19 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Camille DEJARDIN, *Madame Blakey. Une femme entrepreneure au XVIII^e siècle*

Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Mnémosyne », 2019, 267 p. Préface d'Anne Conchon.

Anne Montenach

RÉFÉRENCE

Camille DEJARDIN, *Madame Blakey. Une femme entrepreneure au XVIII^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Mnémosyne », 2019, 267 p. Préface d'Anne Conchon.

- ¹ L'ouvrage de Camille Dejardin constitue la version remaniée d'un mémoire de Master 2 dirigé par Anne Conchon, qui signe la préface du livre, mémoire récompensé par l'édition 2017 du prix Mnémosyne. Il faut se réjouir ici de l'existence de ce prix qui permet, grâce à la convention établie entre l'association du même nom et les Presses universitaires de Rennes, de porter à la connaissance d'un large lectorat des travaux prometteurs. L'étude menée s'inscrit dans une historiographie actuellement très dynamique autour de la place des femmes dans les affaires et des formes de l'entrepreneuriat féminin dans l'Europe moderne. Elle offre un complément bienvenu à des publications qui, jusqu'à présent, ont surtout porté sur l'Europe du Nord (Hannah Barker, Amy Erickson, Amy Froide, Danielle van den Heuvel, Nicola Phillips), sur l'espace atlantique (Nicole Dufournaud et Bernard Michon, André Lespagnol, Amelia Polonia) et sur le Nouveau-Monde (Béatrice Craig, Jennifer L. Palmer), pour ne citer que quelques travaux.
- ² Le parcours entrepreneurial de Marguerite Blakey, épouse d'un inventeur anglais installé à Paris au milieu du XVIII^e siècle, s'organise en trois temps successifs. Associée pendant seize ans aux affaires de son mari, elle en est une collaboratrice relativement effacée avant d'obtenir, en mars 1762, une séparation de biens. Cette deuxième phase la voit par conséquent gérer seule son commerce et investir dans l'établissement d'un « Magasin anglais » de quincaillerie pour lequel elle obtient un privilège en 1764.

Incarcérée en 1771 pour banqueroute frauduleuse, suite aux persécutions que lui fait subir son époux, elle parvient à mobiliser ses relations et, innocentée puis séparée de corps, à relancer et développer son commerce. Camille Dejardin rappelle dans un premier temps, en s'appuyant sur les dictionnaires, encyclopédies et traités de jurisprudence relatifs à la Coutume de Paris, les contraintes sociales et juridiques qui encadraient l'activité économique d'une femme mariée puis « seule » dans la seconde moitié du XVIII^e siècle. La richesse du dossier documentaire – comptabilités, listes de marchandises, journal des recettes et dépenses, journal des ventes, correspondance active et passive, actes notariés, complétés par des manuels de négociants – autorise ensuite une analyse détaillée des stratégies déployées par Mme Blakey pour contourner ces limites institutionnelles et jouir d'une relative autonomie dans la gestion de ses affaires. Le recours à la séparation de biens puis de corps, l'association avec d'autres marchands qui font d'elle leur procuratrice, l'obtention d'un privilège qui lui offre la possibilité de contourner l'obstacle corporatif sont autant de « leviers juridiques » auxquels elle sait recourir pour asseoir et développer son commerce. L'auteure, qui s'appuie par ailleurs sur une bibliographie substantielle et pluridisciplinaire (histoire, économie, sociologie), aurait pu utilement se référer, à propos des conflits conjugaux, aux travaux de l'historienne Julie Hardwick.

- 3 Le réseau d'associés, de conseillers, de soutiens que Marguerite Blakey se construit patiemment depuis Paris et qui s'étend jusqu'à Genève, Barcelone, Londres et Saint-Domingue, joue un rôle déterminant aux étapes cruciales de sa carrière commerciale, en particulier quand il s'agit pour elle de démontrer son innocence puis de relancer son magasin. Ce réseau fait l'objet d'un traitement quantitatif et cartographique qui conduit Camille Dejardin à en dessiner les évolutions au fil du parcours de Mme Blakey et à en mesurer l'efficacité économique. La démarche suivie montre l'intérêt du croisement de l'analyse des réseaux avec l'histoire des femmes et du genre. La réputation et la recommandation contribuent ici de façon majeure à l'intégration de Marguerite dans les milieux marchands. L'étude qualitative de son réseau révèle quant à elle l'absence plutôt inattendue de membres de sa famille (à l'exception d'une cousine) et, globalement, la faible proportion de femmes (20 %) parmi ses interlocuteurs qui sont, pour l'essentiel, des marchands et des négociants. La correspondance de Mme Blakey montre également qu'elle sait adopter les codes et les valeurs de ce monde majoritairement masculin pour construire et asseoir sa réputation : mettant en quelque sorte en sourdine sa qualité de femme en refusant par exemple de répondre aux attaques portant sur ses mœurs, elle déploie une argumentation extrêmement rationnelle qui répond aux prescriptions contenues dans les manuels de marchands de l'époque. Si elle use stratégiquement, en cette période d'anglomanie, de son nom d'épouse qui la fait passer pour anglaise, c'est avant tout la réussite de son « Magasin Anglais » qui constitue la preuve tangible de ses compétences commerciales. Épisode révélateur, ce n'est pas lorsqu'elle doit se protéger de ses créanciers qu'elle demande la séparation de biens – tactique pourtant commune à bien des marchands –, mais au moment d'ouvrir son nouveau magasin, afin d'asseoir auprès de ses investisseurs sa réputation de bonne gestionnaire et de cliente fiable, autrement dit son crédit. L'analyse fine de la rhétorique employée dans le factum – utilement reproduit en annexe – demandant en 1773 la séparation de corps et d'habitation montre, dans le prolongement des travaux de Clare H. Crowston sur les marchandes de modes parisiennes, qu'au-delà de l'image d'épouse honnête et respectable qu'elle cherche à donner, ce crédit repose aussi sur de réelles qualités de femme d'affaires,

entreprenante et ouverte à l'innovation. L'autonomie dont jouit Mme Blakey dans ses affaires tient donc à la fois à un certain nombre de dispositifs juridiques comme la séparation ou les procurations, au capital social et symbolique que lui procure son privilège et aux ressources mobilisées par le biais de son réseau. Sur ce dernier point, l'étude détaillée des « liens forts » que Marguerite entretient, à différents stades de son parcours, avec les trois marchands Joanin, Llagostera et d'Épineville, est tout à fait éclairante.

- 4 Au total, le cas de Mme Blakey permet de relativiser le poids des contraintes sociales et juridiques qui pèsent sur l'activité marchande des femmes à l'époque moderne et de mettre en lumière les marges de manœuvre dont elles disposent et les possibilités d'action dont certaines savent alors se saisir. S'il est confirmé ici que le milieu familial et le réseau relationnel jouent un rôle essentiel dans la réussite en affaires, l'étude de Camille Dejardin présente aussi l'intérêt de nuancer l'hypothèse d'une spécificité féminine dans la conduite d'une entreprise. Agissant au sein d'un milieu négociant à forte prédominance masculine, Mme Blakey sait en adopter les codes et les utiliser au bénéfice de sa stratégie commerciale. Il reste à espérer que cet ouvrage soit un premier jalon en vue d'une analyse plus large et comparative de l'entrepreneuriat féminin à l'époque moderne.

AUTEUR

ANNE MONTENACH

Aix Marseille Université
CNRS, TELEMME