

Le nécessaire et le superflu. Les pratiques de consommation paysannes dans l'Europe médiévale et moderne

36^{es} Journées internationales d'histoire de l'abbaye de Flaran (17-18 octobre 2014)

« Du consommateur de base on ignore généralement le comportement, la comparaison des prix et des salaires, avec toutes les difficultés qu'elle comporte, aboutissant le plus souvent au constat que la population vit aux confins de la médiocrité »¹. On pourrait s'étonner que la remarque, formulée il y a déjà une dizaine d'années, reste dans une large mesure opérante pour les époques médiévale et moderne. Le temps n'est plus en effet où l'ouverture à la culture matérielle constituait l'apanage de la « nouvelle histoire »² et où le chercheur ressentait la nécessité de se justifier de son intérêt pour l'« histoire des choses banales »³. La prise en compte du rôle déterminant joué par la demande dans l'économie d'Ancien Régime a placé la sphère de la consommation au cœur de la réflexion d'historiens longtemps focalisés sur la stricte question de la production. Approfondissant et complétant les travaux pionniers de Fernand Braudel⁴ et des modernistes anglo-saxons⁵, colloques et publications viennent régulièrement souligner la vitalité de ce champ de recherche dans l'ensemble de l'Europe⁶. Dans sa richesse même, cette dynamique trahit cependant d'importants déséquilibres : pour des raisons à la fois historiographiques et documentaires, l'histoire de la consommation tient en grande partie à des recherches portant sur les XVII^e et XVIII^e siècles, plutôt focalisées sur les pratiques alimentaires⁷, les milieux de l'élite⁸ et les populations urbaines⁹.

¹ Ph. BRAUNSTEIN, Ph. BERNARDI et M. ARNOUX, « Travailler, produire. Éléments pour une histoire de la consommation », dans J.-Cl. SCHMITT et O. G. OEXLE, *Les tendances actuelles de l'histoire du Moyen Âge en France et en Allemagne*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2002, p. 550.

² J.-M. PESEZ, « Histoire de la culture matérielle », dans J. LE GOFF, R. CHARTIER, J. REVEL (éd.), *La nouvelle histoire*, Paris, 1978, p. 191-227.

³ D. ROCHE, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation, XVII^e-XIX^e siècles*, Paris, 1997, p. 9-17. Voir aussi, du même auteur, *La culture des apparences. Une histoire du vêtement, XVIII^e-XVIII^e siècles*, Paris, 1989.

⁴ F. BRAUDEL, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècle*, 3 tomes, Paris, 1979.

⁵ J. THIRSK, *Economic Policy and Projects. The Development of a Consumer Society in Early Modern England*, Oxford, 1978 ; N. MAC KENDRICK, J. BREWER, J. H. PLUMB, *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, Bloomington, 1982 ; J. BREWER, R. PORTER (éd.), *Consumption and the World of Goods*, Londres, 1993.

⁶ Parmi les travaux les plus récents, F. TRENTMANN (éd.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, 2012 ; B. BLONDÉ, N. COQUERY, J. STOBART, I. VANDAMME (dir.), *Fashioning Old and New. Changing Consumer Patterns in Western Europe (1650-1900)*, Turnhout, 2009. Signalons aussi, pour l'Espagne médiévale et moderne : *Comer, beber, vivir : consumo y niveles de vida en la Edad Media hispánica*, XXI semana de Estudios medievales (Nájera, août 2010), Logroño, 2011 ; D. MUÑOZ NAVARRO (éd.), *Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en la España moderna*, Valencia, 2011.

⁷ La bibliographie est pléthorique. Voir notamment M. MONTANARI, *La faim et l'abondance. Histoire de l'alimentation en Europe*, Paris, 1995 ; *I colloqui d'Història de l'Alimentació a la Corona d'Aragó. Edat mitjana*, deux volumes, Lérida, 1995 ; J.-L. FLANDRIN et M. MONTANARI (dir.), *Histoire de l'alimentation*, Paris,

Ainsi s'explique la tendance spontanée à assimiler consommation et alimentation, qui conduit à simplifier un problème qui recouvre pourtant de nombreux autres aspects. Dès lors qu'« une société ne peut cesser de produire, non plus que de consommer »¹⁰, chaque acteur social est en permanence consommateur des biens et services les plus variés, qui lui permettent de satisfaire des besoins d'ordre physiologique (se nourrir, se réchauffer...) ou d'ordre social (se divertir, paraître...). L'étude de la consommation à travers le prisme principal des milieux urbains et dominants laisse par ailleurs dans l'ombre les pratiques de la très grande majorité de la population des époques médiévale et moderne, résidant en milieu rural. Elle tend dès lors à pérenniser certains présupposés : le paysan, fondamentalement tourné vers un idéal d'autosubsistance, se limiterait à des formes de consommation contraintes et purement utilitaires¹¹. Rivé sur la seule quête du nécessaire, il s'efforcerait de produire dans son exploitation tout ce dont son foyer a besoin, en restreignant au maximum son recours à l'extérieur pour compléter ses approvisionnements. De ce point de vue, l'ouverture croissante de la paysannerie sur les marchés, phénomène structurant du XIII^e au XVIII^e siècle, serait d'abord le révélateur d'une aggravation du sort de la masse des petits producteurs, incapables de parvenir à l'autonomie alimentaire¹². Ce n'est par conséquent que très tardivement que naîtrait une véritable « civilisation de la consommation », propre d'abord aux milieux urbains, dont la généralisation à l'ensemble des strates de la société serait une conséquence de l'amélioration générale des niveaux de vie et du passage progressif de la civilisation d'Ancien Régime à l'ère industrielle et aux temps de la « consommation de masse »¹³.

1996 ; *Alimentazione e nutrizione, secc. XIII-XVIII. Atti della Ventottesima Settimana di studi. Istituto Datini*, Florence, 1997 ; B. LAURIOUX, *Manger au Moyen Âge*, Paris, 2002... C'est également à cette thématique que s'intéressera le prochain congrès du CTHS, en avril 2013 : *Se nourrir. Pratiques et stratégies alimentaires*.

⁸ Signalons tout particulièrement les travaux de Natacha Coquery, qui joue actuellement un rôle important dans l'animation de la recherche française sur la consommation à l'époque moderne : N. COQUERY, *L'hôtel aristocratique. Le marché du luxe à Paris au XVIII^e siècle*, Paris, 1998 ; ID., *Tenir boutique à Paris au XVIII^e siècle. Luxe et demi-luxe*, Paris, 2011 ; I. PARESYS et N. COQUERY (éd.), *Se vêtir à la cour en Europe (1400-1815)*, Villeneuve d'Ascq, 2011.

⁹ *Consommer en ville au Moyen Âge*, numéro spécial de la revue *Histoire urbaine*, 2006 ; *Ville, consommation, exotisme dans l'Europe atlantique, XV^e-XVIII^e siècle*, numéro spécial de la revue *Histoire urbaine*, 2011 ; *Alimentar la ciudad en la Edad Media. Nájera. Encuentros internacionales del Medievo 2008*, Logroño, 2009 ; F. FAUGERON, *Nourrir la ville : ravitaillement, marchés et métiers de l'alimentation à Venise dans les derniers siècles du Moyen Âge*, Thèse de doctorat, Université Paris IV, 2009. Il faut souligner à cet égard le rôle précurseur des cinquièmes Journées d'histoire de Flaran en 1983 (*L'approvisionnement des villes de l'Europe occidentale au Moyen Âge et aux temps modernes*, Auch, 1985). *A contrario*, les contributions nationales (Grande-Bretagne, France, Espagne, Italie, Allemagne, Pologne) à un récent bilan sur les tendances et les perspectives de l'histoire des sociétés rurales médiévales ne laissent le plus souvent aucune place à la question de la consommation paysanne (I. ALFONSO (éd.), *The Rural History of Medieval European Societies. Trends and Perspectives*, Turnhout, 2007).

¹⁰ K. MARX, *Œuvres*, Paris, 1965, t. I, p. 1066.

¹¹ Il faut ici souligner le poids historiographique de la théorie formulée dès 1925 par le russe Alexander CHAYANOV, *L'organisation de l'économie paysanne* (trad. et rééd. Paris, 1990).

¹² M. AYMAR, « Autoconsommation et marchés. Chayanov, Labrousse ou Le Roy Ladurie ? », *Annales ESC*, 1983, p. 1392-1410.

¹³ Voir par exemple, tout récemment, M.-E. CHESSEL, *Histoire de la consommation*, La Découverte, 2012.

Depuis deux décennies, des travaux en nombre croissant témoignent toutefois de la complexité insoupçonnée des pratiques de consommation paysannes à partir du XIII^e siècle. Chez les médiévistes, il convient de souligner le rôle essentiel de l'œuvre de Christopher Dyer¹⁴. Dans son approche pionnière sur l'évolution des niveaux de vie dans l'Angleterre du XIII^e au XV^e siècle¹⁵, il a pu mettre en avant l'affirmation de la paysannerie en tant que consommatrice de biens et de denrées divers. Ce mouvement s'est appuyé sur une ouverture volontaire et résolue sur les marchés¹⁶ qui, un temps présentée comme caractéristique de la société anglaise du second Moyen Âge¹⁷, s'avère en fait largement répandue sur le continent à la même époque¹⁸. Les historiens modernistes ont montré parallèlement la nécessité de remettre en question les blocages apparents de l'économie paysanne, en soulignant la complexité des stratégies des acteurs sociaux¹⁹. L'insertion des gens des campagnes dans les dynamiques marchandes, peut-être favorisée par le développement d'une « révolution industrielle » sous-tendue par leur désir de consommer²⁰, représentait une de ces stratégies, qui fit d'eux des animateurs importants du commerce local et régional. Les paysans constituaient ainsi des usagers essentiels des denses réseaux de foires et de marchés des Alpes suisses et savoyardes du XVIII^e siècle, grâce auquel ils s'approvisionnaient en produits *a priori* aussi « superflus » que le café, le tabac ou les cotonnades²¹. Ce sont eux

¹⁴ On se référera notamment à ses pages sur l'essor de la consommation dans l'Angleterre de la fin du Moyen Âge (C. DYER, *An Age of Transition ? Economy and Society in England in the Later Middle Ages*, Oxford, 2005, p. 126-172). Un riche et précieux complément, consacré à la péninsule ibérique, est fourni par A. FURIO, « Producción, pautas de consumo y niveles de vida. Una introducción historiográfica », *Comer, beber, vivir : consumo y niveles de vida...*, *op. cit.*, p. 17-56.

¹⁵ C. DYER, *Standards of Living in the Later Middle Ages. Social Change in England, c. 1200-1520*, Cambridge, 1989, 1994, p. 109-187.

¹⁶ C. DYER, « Were Peasants Self Sufficient ? English Villagers and the Market, 900-1350 », *Campagnes médiévales : l'homme et son espace. Études offertes à Robert Fossier*, Paris, 1995, p. 653-666 ; C. J. MASSCHAELE, *Peasants, Merchants and Markets. Inland Trade in Medieval England, 1150-1350*, Londres, 1997 ; C. DYER, *Making a Living in the Middle Ages. The People of Britain, 850-1520*, Yale, 2002, p. 155-186.

¹⁷ R. H. BRITNELL, *The Commercialisation of English Society (1000-1500)*, Cambridge, 1993 ; R. H. BRITNELL et B. CAMPBELL (éd.), *A Commercialising Economy. England, 1086-1300*, Manchester, 1995 ; J. HATCHER et M. BAILEY, *Modelling the Middle Ages. The History and Theory of England's Economic Development*, Oxford, 2001, p. 121-173.

¹⁸ Cf notamment J. PETROWISTE, *Naissance et essor d'un espace d'échanges au Moyen Âge : le réseau des bourgs marchands du Midi toulousain (XI^e-milieu du XIV^e siècle)*, thèse de doctorat, Université de Toulouse II-Le Mirail, 2007 ; José Ángel SESMA MUÑOZ et Carlos LALIENA CORBERA (coord.), *Crecimiento económico y formación de los mercados en Aragón en la Edad Media (1200-1350)*, Saragosse, CEMA, 2009 ; A. FURIO, « Producción, pautas de consumo... », *op. cit.* ; M. BOURIN, S. CAROCCI, Fr. MENANT, L. TO FIGUERAS, « Les campagnes de la Méditerranée occidentale autour de 1300 : tensions destructrices tensions novatrices », *Annales HSS*, 2011, p. 677-684.

¹⁹ Voir notamment J.-Y. GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime. Un monde de l'échange et de l'incertitude*, Paris, Albin Michel, 1996, et les commentaires d'A. GUERREAU, « Avant Le Marché, les marchés (en Europe, XIII^e-XVIII^e siècles) », *Annales HSS*, 2001, pp. 1129-1175.

²⁰ J. DE VRIES, *The Industrious Revolution. Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*, Cambridge, 2008. Commentaires de J.-Y. GRENIER, « Travailler plus pour consommer plus. Désir de consommer et essor du capitalisme, du XVII^e siècle à nos jours », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 2010, p. 787-798.

²¹ A. RADEFF, *Du café dans le chaudron. Économie globale d'Ancien Régime. Suisse occidentale, Franche-Comté et Savoie*, Société d'histoire de la Suisse romande, 1996.

également qui acquéraient auprès des colporteurs les produits si variés en provenance de la ville, par lesquels pénétraient dans les campagnes de nouvelles manières de se vêtir ou de se nourrir²².

Cette reconsidération du rôle de la paysannerie dans le déploiement de cette véritable « économie de la consommation » qui semble bien se constituer dès le second Moyen Âge²³ apparaît aujourd'hui comme une des clés de compréhension des évolutions majeures qui se dessinent au même moment dans les secteurs parents de la production et de l'échange. Elle peut s'appuyer sur la mise à contribution de nouveaux corpus documentaires. C'est avant tout le cas de l'important matériel fourni par l'archéologie à la faveur de la multiplication des fouilles au cours des trente dernières années. Il livre sur les pratiques de consommation en milieu rural des renseignements de premier ordre, tout particulièrement dans le domaine de l'alimentation²⁴. Certaines sources encore peu exploitées par les historiens des campagnes apportent également leur lot d'informations neuves. Il en va ainsi des inventaires mobiliers²⁵ ou de la littérature²⁶, mais également de sources plus traditionnelles jusque-là peu étudiées du point de vue de la paysannerie, comme les registres notariés et les comptabilités marchandes qui révèlent l'importance de cette clientèle dans l'activité urbaine²⁷.

La fertilité du questionnement actuel sur les pratiques de consommation paysannes, qui trouve à s'appuyer sur une recherche particulièrement active dans certains pays, donne tout leur intérêt à des rencontres sur la question. En 2008, Antoni Furió et Ferran Garcia-Oliver ont ainsi été à l'initiative d'un colloque portant sur les modèles de consommation et les niveaux de vie dans

²² L. FONTAINE, *Histoire du colportage en Europe*, XV^e-XIX^e siècle, Paris, 1993.

²³ M. KOWALESKI, « A Consumer Economy », dans R. HORROX et W. M. ORMROD, *A Social History of England, 1200-1500*, Cambridge UP, 2006, p. 238-259 ; C. DYER, *An Age of Transition ?*, *op. cit.*

²⁴ Voir par exemple le récent *Processing, Storage, Distribution of Food. Food in the Medieval Rural Environment*, Turnhout, Brepols, 2011. Cf aussi B. CLAVEL, *L'animal dans l'alimentation médiévale et moderne en France du nord (XII^e-XVII^e siècle)*, numéro spécial de la *Revue archéologique de Picardie*, 2001, ou M.-P. RUAS, « Des grains, des fruits et des pratiques : la carpologie historique en France », dans J. CHAPELOT (éd.), *30 ans d'archéologie médiévale en France. Un bilan pour un avenir. Actes du 9^{ème} Congrès international de la Société d'Archéologie Médiévale (Vincennes, juin 2006)*, Publications du CRAHM, Caen, 2010, p. 55-70.

²⁵ Ph. WOLFF, « Inventaires villageois du Toulousain (XIV^e-XV^e siècles) », *Bulletin philologique et historique...*, 1966, p. 481-544 ; Fr. PIPONNIER, « Cloth Merchants' Inventories in Dijon in the 14th and 15th Centuries », *Cloth and Clothing in Medieval Europe, Essays in Memory of Professor E. M. Carus-Wilson*, Londres, 1983, p. 230-247 ; ID., « Vêtue et parure en Bourgogne à la fin du Moyen Âge d'après les inventaires mobiliers », *Micrologus*, n° 15 (2007), *Le corps et sa parure*, p. 259-277.

²⁶ M. ARNOUX, « Histoire économique et sources littéraires », *Dove la storia economica ? Metodi e prospettive, secc. XIII-XVIII. Istituto internazionale di storia economica F. Datini. Atti delle Settimane di Studi*, 42, Florence, 2011, p. 249-262 ; ID., *Le temps des laboureurs. Travail, ordre social et croissance en Europe (XI^e-XIV^e siècle)*, Paris, 2012, montre tout le parti que l'on peut tirer de la littérature pour l'histoire des campagnes médiévales. Voir aussi D.-A. BIDON et M.-Th. LORCIN, *Le quotidien au temps des fabliaux*, Paris, Picard, 2003.

²⁷ M. BOCHACA, « Les relations économiques entre villes et campagnes dans la France méridionale (XIII^e-XV^e siècle) : bilan et perspectives de recherche », *Bibliothèque de l'École des Chartes*, 2005, p. 369-377 ; ID., *Les marchands bordelais au temps de Louis XI. Espaces et réseaux de relations économiques*, Bordeaux, 1998.

le monde rural médiéval, qui a permis d'aborder certains des aspects évoqués plus haut²⁸. Le projet présenté ici souhaite s'inscrire dans le prolongement de cette réflexion. Dans la tradition des Journées de Flaran, il vise à offrir un espace de discussion pour des chercheurs français et étrangers, en privilégiant une optique diachronique (XI^e-XVIII^e siècle) et européenne. On s'attachera plus particulièrement à décrypter les choix de consommation des paysans en les appréhendant dans toute leur diversité et leur évolution au cours du second Moyen Âge et de l'époque moderne, et en examinant leur rapport à la conjoncture économique et à ses fluctuations. Pour cela, trois axes seront privilégiés :

- *Les logiques de consommation de la paysannerie*

Il convient d'abord d'interroger l'idée même de consommation dans les sociétés paysannes du Moyen Âge et de l'époque moderne. Pourquoi consommer, et surtout qu'est-ce que consommer ? La question renvoie au problème des logiques qui sous-tendent l'acte de consommation, et des nombreuses variables qui infléchissent le comportement du paysan consommateur. Étymologiquement, *consummare* renvoie à une idée d'achèvement, d'accomplissement, que l'on retrouve par exemple dans des expressions usuelles (« consommer un mariage », « consommer une défaite »). La consommation apparaît ainsi comme l'aboutissement d'un cycle économique initié avec la production du bien, et qui se termine par sa destruction. Elle permet donc d'éteindre un besoin, dont il convient toutefois d'interroger le caractère plus ou moins impérieux. La consommation représente, de fait, un acte tout autant social qu'économique, comme en témoignent dès le Moyen Âge les phénomènes de modes et de normes alimentaires ou vestimentaires. De ce point de vue, les catégories du « nécessaire » et du « superflu » qui peuvent conditionner les choix de consommation et présider aux arbitrages au sein du ménage paysan s'avèrent éminemment relatives : tel bien considéré accessoire peut finalement apparaître indispensable en fonction de l'époque considérée, ou même au gré des circonstances de la vie d'un individu. Se pose également le problème de la tension entre un idéal d'autoconsommation qui paraît assez largement répandu dans la paysannerie d'Ancien Régime et la réalité de l'extraversion croissante des stratégies d'acquisition des biens en milieu rural. Avec à la clé certaines pratiques longtemps insoupçonnées par les historiens, comme par exemple le recours à la consommation-épargne, l'achat de biens permettant de fixer un capital facile à liquider en cas de nécessité grâce à

²⁸ A. FURIO, F. GARCIA-OLIVER (éd.), *Pautes de consum i nivells de vida al món rural medieval*, Universitat de València, septembre 2008 (actes consultables en ligne : <http://www.uv.es/consum/programacat.htm>).

l'omniprésence du prêt sur gage et à l'institutionnalisation à partir de la fin du Moyen Âge des monts-de-piété²⁹.

- *La diversité des consommations paysannes*

Cette ouverture de la paysannerie à d'autres canaux d'approvisionnement en biens est très liée à la diversification des produits consommés dans les campagnes tout au long des périodes médiévale et moderne. Il apparaît bien sûr indispensable de commencer par cerner dans toute leur variété les supports habituels de l'autoconsommation paysanne et les vecteurs par lesquels ces denrées sont obtenues (emblavures, jardins, droits d'usages sur les espaces cultivés, les incultes et les espaces boisés...), et d'identifier les produits acquis par ailleurs car indispensables à l'activité de la maisonnée (outils, vaisselle, sel...). Il importe cependant aussi, parallèlement, de mieux cerner les nouveaux objets de consommation qui pénètrent les foyers paysans tout au long des époques considérées (meubles, pièces textiles, produits de mercerie ou d'épicerie, livres...) et témoignent de leur perméabilité aux pratiques en vigueur dans le reste de la société. La question des vecteurs assurant la pénétration de ces objets dans le monde rural apparaît là encore essentielle, dans la mesure où elle pose notamment le problème de la relation des campagnes au bourg et à la ville. Cette diversification des consommations renvoie en outre au rapport de la paysannerie à la conjoncture, et apparaît directement corrélée à l'évolution des niveaux de vie ainsi qu'aux enjeux de stratification internes au monde rural. L'alimentation ou le vêtement constituent en effet également des marqueurs sociaux, qui permettent d'exprimer le rang du consommateur³⁰.

- *Consommation paysanne et activité économique*

Les choix de consommation de la paysannerie ont dès lors un impact direct sur les dynamiques économiques locales et régionales. Son intégration progressive dans les circuits de l'échange marchand afin de se procurer le nécessaire comme le superflu, même en la considérant d'envergure limitée par rapport au comportement d'autres consommateurs (élites aristocratiques, populations urbaines), ou privilégiant des formes alternatives de distribution telles que le marché de l'occasion³¹, n'a pu qu'avoir des effets induits majeurs au vu des

²⁹ L. FONTAINE, *L'économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l'Europe préindustrielle*, Paris, 2008, p. 164-189. Sur l'intérêt des monts-de-piété pour l'étude de la consommation populaire, M. FERRIERES, *Le bien des pauvres. La consommation populaire en Avignon (1600-1800)*, Paris, 2004. Voir aussi L. FELLER et A. RODRIGUEZ (dir.), *Objets sous contrainte. Circulation des richesses et valeurs des choses au Moyen Âge*, Paris, 2013.

³⁰ J.-Y. GRENIER, « Consommation et marché au XVIII^e siècle », *Histoire et mesure*, 1995, p. 376-377.

³¹ L. FONTAINE (éd.), *Alternative Exchanges. Second-Hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present*, New York, 2008 ; A. FURIO, « Producción, pautas de consumo... », *op. cit.*, p. 46-47 ; J. GARCIA MARSILLA, « La vida de las cosas. El mercado de objetos de segunda mano en la Valencia bajomedieval », dans

masses humaines en jeu. Il conviendrait donc de s'interroger sur l'influence de l'évolution des pratiques de consommation paysannes dans la spectaculaire floraison des marchés s'observant dès le XI^e siècle, qui déboucha sur la construction d'un réseau d'assemblées commerciales d'une exceptionnelle densité à l'époque moderne³², tout comme dans le grand essor de la production manufacturée qui se manifeste dans les derniers siècles du Moyen Âge. Se pose de même, pour la fin de l'époque moderne, la question d'une éventuelle « révolution industrielle » liée au désir de consommer de la paysannerie, et de son influence dans l'avènement de la révolution industrielle³³. La mise en avant de la figure du paysan acheteur, complétant celle du paysan vendeur plus fréquente dans l'historiographie, doit permettre de restituer la complexité des stratégies individuelles d'accès au marché, y compris en ce qui concerne la mobilisation des capacités productives de l'exploitation agricole (orientation vers des cultures destinées à la vente pour permettre l'acquisition de biens divers). Elle fournit par ailleurs une nouvelle piste d'explication au remarquable essor commercial des villes tout au long des périodes considérées, pouvant s'appuyer sur leur capacité à offrir biens et services à la paysannerie : quel rôle, par exemple, la fourniture de crédits à la consommation a-t-elle joué dans le déploiement des réseaux d'intérêts des citadins sur les campagnes environnantes ? On prendra soin cependant de ne pas limiter l'analyse à la seule dimension marchande de la consommation paysanne, pour prendre également en compte l'impact économique et social de l'acquisition et de la circulation des biens au travers des diverses formes de solidarités et de réciprocités structurant les communautés villageoises d'Ancien Régime (récupération, dons, troc et échanges de services, dots...).

Pour chacun de ces trois thèmes, il s'agira à la fois de présenter un état de la question grâce à des rapports synthétiques régionaux, et de témoigner de l'activité de la recherche au travers de communications portant sur des travaux en cours. Une publication des actes est prévue aux Presses universitaires du Mirail, dans la collection des Journées internationales d'histoire de l'abbaye de Flaran (36^e volume).

A. FURIÓ, F. GARCIA-OLIVER (éd.), *Pautes de consum...*, op. cit. (texte en ligne : <http://www.uv.es/consum/marsilla.pdf>).

³² A. EVERITT, « The Marketing of Agricultural Produce », dans J. THIRSK (éd.), *The Agrarian History of England and Wales*, 1967, p. 466-592 ; D. MARGAIRAZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, 1988.

³³ Sur les débats autour du lien entre consommation et révolution industrielle, N. COQUERY, « La diffusion des biens à l'époque moderne. Une histoire connectée de la consommation », *Histoire urbaine*, 2011, p. 8-14.